

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มี  
เสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร



ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรี  
ไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2552



© 2553

วิศิษฐ์ เสือสัมฤทธิ์

สงวนลิขสิทธิ์

วิศิษฐ์ เสือสัณฑิษฐ์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มิถุนายน 2553, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มี  
เสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร (53หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ประภัสสร วรณสดีชัย

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบกับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับระดับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-test, ANOVA, Regression กำหนดค่านัยสำคัญสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน นักศึกษาหรือนิสิต และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 2. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ผู้บริโภคจะมีทัศนคติในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ไม่เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย และ เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะสามารถทำชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ 3. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในหลาย ๆ ด้าน 4. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากบุคลากรและ  
ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจ  
ใส่อย่างดียิ่งตลอดมา โดยเฉพาะ ดร. ประภัสสร วรณสถิตย์ ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำมนการ  
จัดทำการศึกษาครั้งนี้ ตลอดจนบรรดาคณาจารย์ทุกท่านของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จึง  
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและตอบ  
แบบสอบถามเป็นอย่างดี ทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้การศึกษา  
เฉพาะบุคคลฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณ ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ ที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ  
ที่ตีมาตลอด ทำให้การศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์

วิศิษฐ์ เสือสัมฤทธิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตของการศึกษา	2
กรอบแนวคิดการศึกษา	2
สมมติฐานการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
นิยามคำศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทฤษฎีทัศนคติที่เกี่ยวข้อง	5
องค์ประกอบของทัศนคติ	6
การสร้างทัศนคติ	7
โครงสร้างของทัศนคติ	8
การวัดทัศนคติ	9
แนวคิดทฤษฎีเพลงที่เกี่ยวข้อง	9
ความหมายของเพลงไทยสมัยนิยม	9
องค์ประกอบของเพลง	10
เพลงสมัยนิยม	11
ทฤษฎีการยอมรับ	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ)	
กลุ่มประชากร	19
กลุ่มตัวอย่าง	19
ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	20
การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	20
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	21
การพัฒนาเครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ	23
การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	23
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	25
ระยะเวลาที่ทำการวิจัยและแผนการดำเนินงาน	26
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนของประชากรศาสตร์	27
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ สินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	30
การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภท เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	31
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	32
บทที่ 5 สรุปผลและอภิปรายผล	
สรุปผลการศึกษา	43
สรุปการทดสอบสมมติฐาน	43
อภิปรายผลการศึกษา	45
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	46
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	47
บรรณานุกรม	48
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	49

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตาราง Scale Reliability ทักษะจิตของผู้บริโภคที่มีต่อ สินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	23
3.2 ตาราง Scale Reliability การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	24
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประชากรศาสตร์ เพศ	27
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประชากรศาสตร์ อายุ	28
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประชากรศาสตร์ วุฒิการศึกษา	28
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประชากรศาสตร์ อาชีพ	29
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประชากรศาสตร์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	29
4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านทักษะจิตของผู้ บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยม ที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	30
4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยม ที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	31
4.8 ค่า T และค่า Sig	32
4.9 ค่า T และค่า Sig	34
4.10 ค่า T และค่า Sig	36
4.11 ค่า T และค่า Sig	38
4.12 ค่า T และค่า Sig	40
4.13 ค่า F และค่า Sig	42



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบความคิด

2



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญ

ดนตรีไทยเป็นวัฒนธรรมประจำชาติไทยอย่างหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่าชนชาติไทยมีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยโบราณ ดนตรีไทยเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทยซึ่งแสดงออกถึงภูมิปัญญาที่มีประวัติ และพัฒนาการมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานของบรรพบุรุษไทย การดนตรีไทยมีความเกี่ยวข้องกับผู้คนชาวไทยทุกชนชั้น พระมหากษัตริย์ไทยทุกพระองค์ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันทรงให้ความสำคัญกับดนตรีไทยเป็นอย่างยิ่ง ในอดีตดนตรีไทยมีบทบาทสำคัญมากต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย เห็นได้จากการประกอบพิธีกรรมของคนไทยจะมีดนตรีไทยประกอบในพิธีกรรมต่างๆ เสมอๆ จนมาถึงปัจจุบันดนตรีไทยก็ยังคงมีบทบาทอยู่แต่ด้วยเทคโนโลยี วิวัฒนาการทางการทำดนตรี วัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามีบทบาทในประเทศไทย จากความคิดสร้างสรรค์และความต้องการที่หลากหลายของมนุษย์ ทำให้มีเพลงไทยที่มีกลิ่นไอของความเป็นสากลมากขึ้น และเป็นที่ยอมรับ

การที่มีเพลงที่เป็นเพลงไทยที่มีกลิ่นไอของความเป็นสากลทั้งดนตรี คำร้องและทำนองจึงทำให้เป็นที่สงสัยถึงความสำคัญในเรื่องของวัฒนธรรมว่า การที่มีเพลงไทยไทยที่มีเนื้อร้องและทำนองที่เป็นสากลว่า เป็นการทำลายประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นไทยหรือไม่ อย่างไร ต่อมาเมื่อมีคนรุ่นใหม่มากขึ้น เพลงดังกล่าวนั้นก็ได้รับความนิยมมากขึ้นจึงมีกระแสเป็น “เพลงไทยสมัยนิยม”

( ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2540) ส่วนใหญ่จะเป็นพวกเพลงสตริง และเพลงสากลก่อน จากนั้นก็มีแนวเพลงต่างๆ มากมายเช่น เพลงป๊อป (pop song) ซึ่งย่อมาจาก popular หมายความว่า เป็นที่ยอมรับ เป็นแนวเพลงที่มีลักษณะโมโลดิ้งๆ โครงสร้างเพลงไม่สลับซับซ้อน โดยอาจจะรวมเพลงหลายๆ แนวอย่าง ร็อก, ฮิปฮอป, เร้กเก้, แด็นส์, อาร์แอนด์บี, ฟังก์ หรือแม้แต่โฟล์ก เข้ามาอยู่ด้วยกัน ผู้ศึกษาได้สนใจเรื่องเกี่ยวกับเพลงไทย ดนตรีไทย เพลงสากล และเพลงสมัยนิยม จึงได้ตั้งข้อสงสัยว่าถ้าเพลงสตริงที่มีเสียงของคนไทยมาประกอบอยู่ด้วยนั้นจะทำให้เพลงไทยนั้นเป็นที่ยอมรับได้หรือไม่ เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทยหรือไม่ และในเรื่องของทัศนคติการยอมรับเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบด้วย

ในการทำการศึกษานี้ในเรื่องดังกล่าวนั้นก็เพื่อทราบถึงการที่ค่ายเพลงที่ทำเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทยที่ดีงามหรือไม่ อยู่ในระดับที่ยอมรับได้มากขนาดไหน และมีทัศนคติอย่างไรกับเพลงแนวนี้ เพื่อจะได้เป็นข้อมูลเพื่อแก้ไขต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับระดับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบกับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร

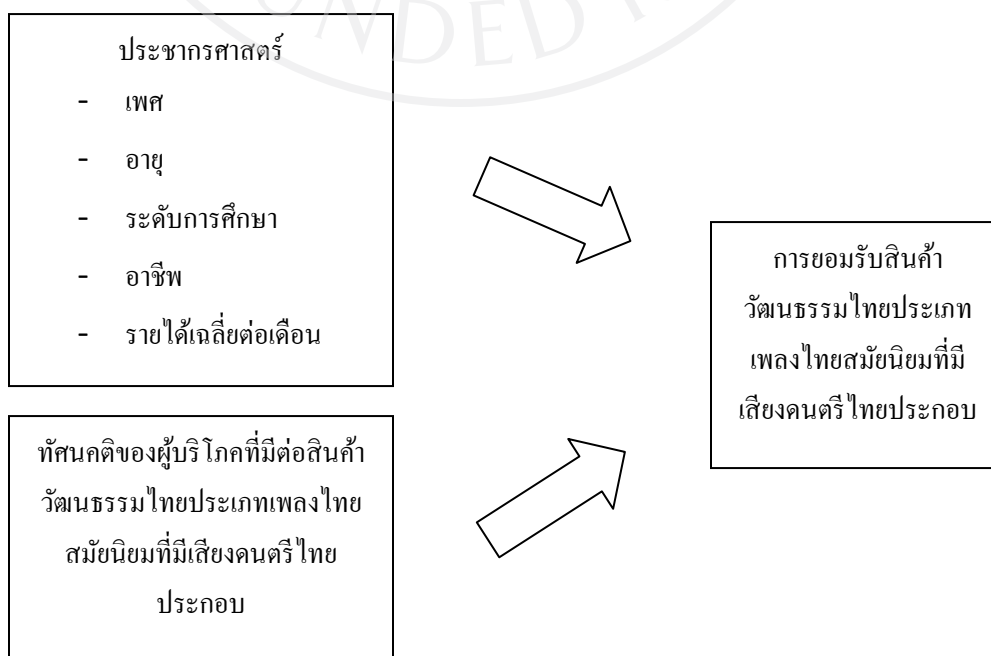
## ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงทัศนคติผู้บริโภคที่มีผลต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะทำการศึกษากับกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร แบ่งพื้นที่เป็น 5 เขต ได้แก่ บางกะปิ, ลาดพร้าว, ห้วยขวาง, กว๊านน้ำไท และพระโขนง
2. งานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน เมษายน – พฤษภาคม พ.ศ. 2553

## กรอบแนวคิดการศึกษา

ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวความคิด



## สมมติฐานของการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพฯ เพื่อนำผลด้านประชากรศาสตร์ที่ได้ไปใช้ในการผลิตเพลงไทยสมัยนิยมที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด
2. ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพฯ

## คำนิยามศัพท์

สินค้า หมายถึง สิ่งของที่ซื้อขายกัน

วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างอันเป็นแบบแผนในความคิด และการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง

สินค้าวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งของที่ซื้อขายกัน โดยสอดแทรกแผนความคิด และการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง ตลอดจนความเชื่อ ความนิยม ความรู้ เทคโนโลยีต่าง ๆ และ ระเบียบกฎเกณฑ์วิธีการในการปฏิบัติ ในการควบคุม และใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ เช่น ภาพยนตร์, ดนตรี, ศิลปะ, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ดีไซน์, โฆษณา, ท่องเที่ยว

ดนตรีไทย หมายถึง บทเพลงที่เป็นรากฐานสำคัญอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมไทย ที่ได้สืบทอดและดำรงอยู่ในวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ของชาติมาทุกยุคทุกสมัย แสดงให้เห็นถึงการหลอมรวมความเป็นชาติ

จากความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ อาทิ ไทย ลาว มอญ เขมร เขก ฉวน จีน เป็นต้น โดยแสดงออก  
ในด้านเครื่องดนตรี รูปแบบการจัดวง วิธีการบรรเลง บทเพลง และนักดนตรีที่บรรเลง

เพลงไทยสมัยนิยม หมายถึง เพลงไทยสากลที่ได้รับความนิยมในสมัยนั้นๆ เป็นเพลงที่มีเนื้อเพลงเป็น  
ภาษาไทย แต่จังหวะ ดนตรี มีความเป็นสากล

เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ หมายถึง เพลงไทยสากลที่ได้รับความนิยมในสมัยนั้นๆ  
เป็นเพลงที่มีเนื้อเพลงเป็นภาษาไทย แต่จังหวะ ดนตรี ไทยรวมเข้ากับความเป็นสากล

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง ว่ามีลักษณะอย่างไร มี  
ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ ชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ หรือเห็นด้วยหรือคัดค้าน

การยอมรับ หมายถึง กระบวนการทางจิตใจที่เกิดขึ้นเป็นขั้นตอนในการตัดสินใจของแต่ละคน

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่นำมาอธิบายการวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งได้ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีทัศนคติที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเพลงที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 ทฤษฎีการยอมรับ

#### แนวคิดทฤษฎีทัศนคติที่เกี่ยวข้อง

ทัศนคติ (Attitude) มาจากศัพท์ภาษาละตินว่า “Aptus” แปลว่า โน้มเอียง เหมาะสมและนำมาใช้ในความหมายของคำ “Attitude” ว่าท่าทีที่แสดงออกของคนเราซึ่งบ่งถึงสภาพของจิตใจ ซึ่งมีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า ทัศนคติ ไว้มากมายดังนี้ (ศักรินทร์ สุวรรณโรจน์, 2538)

ทัศนคติ หรือบางครั้งเรียกว่า เจตคติ นั้นเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคล หรือ สิ่งหนึ่งสิ่งใดว่าชอบหรือไม่ชอบต่อบุคคลหรือสิ่งนั้น การที่บุคคลจะมีทัศนคติอย่างไรต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด นั้น ปกติจะเกิดขึ้นจากสิ่งต่อไปนี้ เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมในสังคม

1. เกิดจากประสบการณ์ของตนเองที่ได้พบมาโดยตรง
2. เกิดจากความรู้สึกที่ได้จากการคิดพิจารณาตามประสบการณ์ของตนเอง
3. เกิดจากการยอมรับสิ่งที่ตนเองเห็นว่าดี เห็นว่างาม แล้วรับมาเป็นความรู้สึกของตนเอง

ทัศนคติเป็นสภาพความพร้อม ทางจิตของบุคคลซึ่งเป็นผลรวมของความคิดเห็น ความเชื่อของบุคคลที่ถูกกระตุ้นด้วยอารมณ์ ความรู้สึก และทำให้บุคคลนั้นพร้อมที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคล ในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งนั้น สิ่งนั้นในที่นี้อาจจะเป็น บุคคลสิ่งของการกระทำ และสถานการณ์ (เทพพนม เมืองแมน, 2539)

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ ทัศนคติหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วยชอบหรือสนับสนุน

2. ความรู้สึกทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะของความไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ และไม่สนับสนุน

3. ความรู้สึกที่เป็นกลาง เป็นการแสดงออกในลักษณะกลาง ๆ คือ ไม่มี ความเห็นว่าพอใจ หรือไม่พอใจ

การแสดงออกซึ่งความรู้สึกของบุคคล มักแสดงพฤติกรรมออกมา 2 ลักษณะ ดังนี้ คือ

1. พฤติกรรมภายนอก ซึ่งสามารถสังเกตได้ เช่น การกล่าวสนับสนุนหรือ คัดค้าน การพยักหน้า แสดงความพอใจ หรือการแสดงหน้าตาท่าทางไม่พอใจ เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ว่าชอบ หรือไม่ชอบ หรือ มีความรู้สึกเป็นกลาง พฤติกรรมภายในมีความซับซ้อนและจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมภายนอก บางด้านประกอบในการตีความด้วย

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งจะแสดงออกให้เห็นจาก คำพูด หรือ พฤติกรรมที่จะสะท้อนทัศนคตินั้น ๆ คนแต่ละคนมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากน้อยต่างแตกต่างกัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2524)

### องค์ประกอบของทัศนคติ

จากการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ พบว่า มีผู้เสนอความคิดไว้ 3 แบบ คือ ทัศนคติแบบ 3 องค์ประกอบ ทัศนคติแบบ 2 องค์ประกอบ และ ทัศนคติแบบ 1 องค์ประกอบ (ธีระพร อูวรรณ โณ , 2528) ดังนี้

1. **ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ** แนวคิดนี้จะระบุว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) ประกอบด้วยความเชื่อ ความรู้ ความคิดและความคิดเห็น 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึงความรู้สึกชอบ - ไม่ชอบ หรือทำทางที่ดี - ไม่ดี 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติ

2. **ทัศนคติมี 2 องค์ประกอบ** แนวคิดนี้จะระบุว่า ทัศนคติมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่

1) องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component)

3. **ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว** แนวคิดนี้จะระบุว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ ความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคติ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. **องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component)** หมายถึง ความเชื่อเชิงการประเมินเป้าหมาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อ จินตนาการ และการจำ

2. **องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component)** หมายถึง ความรู้สึกในทางบวก หรือลบ หรือทั้งบวก และลบต่อเป้าหมาย

3. **องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)** หมายถึง แนวโน้มของพฤติกรรม หรือ แนวโน้มของการแสดงออกต่อเป้าหมาย

#### การสร้างทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ และการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่บุคคล ดังนั้น องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติมีดังต่อไปนี้ (สุชา จันทรเฒ, 2536)

1. **วัฒนธรรม (Culture)** วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลทุก ๆ ด้านตั้งแต่ เกิดมาจนกระทั่งตาย วัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ แตกต่างกันไป เริ่มจากครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันอื่น ๆ ในสังคม วิทยุ โทรทัศน์และสื่อมวลชนต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติทั้งสิ้น เมื่อคนเกิด ทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ แล้วก็จะแสดงออกในลักษณะของวัฒนธรรม

2. **ครอบครัว (Family)** ครอบครัวเป็นแหล่งแรกที่อบรมให้เด็กเรียนรู้ การสมาคมต่าง ๆ จึงมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างทัศนคติให้แก่เด็ก ตลอดจนการปลูกฝังทัศนคติ ในการดำเนินชีวิตให้แก่บุตรของตน ทั้งนี้เพราะเด็กมักเลียนแบบและเชื่อฟังพ่อแม่เป็นเรื่องปกติ

3. **กลุ่มเพื่อน (Social Group)** เด็กที่จากบิดามารดาอยู่กับกลุ่มเพื่อนตั้งแต่ เล็ก ๆ จะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุดทั้งนี้เพราะเด็กต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการคำแนะนำ และความช่วยเหลือจากเพื่อนและบุคคลรอบข้างอื่น ๆ

4. **บุคลิกภาพ (Personality)** ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์ หรือมีอิทธิพล ต่อทัศนคติของบุคคลเหมือนกัน พวกที่ชอบออกสังคม พวกหนีสังคม พวกชอบเด่น หรือพวกอ่อน น้อม จะมีทัศนคติแตกต่างกันออกไป



## โครงสร้างของทัศนคติ (Structure of Attitude)

1. ขนาดหรือระดับความเข้ม (Magnitude or Valence) หมายถึง ระดับมากน้อย ของทัศนคติ (ความชอบมาก-น้อย) ทัศนคติที่มีระดับความเข้มมากจะเปลี่ยนยากกว่าทัศนคติที่มีระดับ ความเข้มน้อย

2. ความซับซ้อน (Complexity of Attitude) หมายถึง ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความเชื่อต่อสิ่งหลายอย่างจะมีความซับซ้อนมากกว่าความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. อันดับความสำคัญ (Centrality) ถ้าทัศนคติยิ่งฝังลึกมากเท่าใด เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาก็ยิ่งมีความสำคัญต่อสิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นมา หรือขัดกับสิ่งที่ เคยยึดถือมาก่อน

4. ความเด่น (Saliency) ทัศนคติที่เด่นในความคิดคำนึงของผู้เป็นเจ้าของ ย่อมจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำได้ง่ายกว่าทัศนคติที่มีลักษณะตรงข้าม

5. หน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติ (Function of Attitude)

ทัศนคติเป็นนามธรรมที่แฝงอยู่ในมนุษย์มีประโยชน์และหน้าที่ต่อมนุษย์ หน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติ มี 4 อย่าง ดังนี้

5.1 หน้าที่ให้ความเข้าใจ (Understanding or Knowledge Function) ทัศนคติ หลายอย่างช่วยให้เข้าใจโลกและสภาพแวดล้อมได้เรียนรู้ และเข้าใจการกระทำของบุคคลในสังคม สามารถอธิบายและคาดคะเนการกระทำของตนเองและบุคคลอื่น

5.2 หน้าที่ป้องกันตนเอง (Ego-defense or protect their self-esteem) ป้อยครั้งที่บุคคลจำเป็นต้องหาทางออกให้กับตัวเองเพื่อความสบายใจ เป็นต้นว่าคนที่ชอบพูดว่าคนอื่นตรง ๆ ก็ จะหาทางออกปกป้องตนเองว่า การที่ตนทำเช่นนั้นก็เพราะมีความจริงใจกับเพื่อนฝูง

5.3 หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustive function or need satisfaction) ทัศนคติจะ ช่วยบุคคลในด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสังคม โดยปกติบุคคลมัก จะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ และจะพัฒนาทัศนคติตามแนวทางที่คาดว่า จะสนองตอบ ความต้องการของตนได้ เช่น คนหันมาชอบการศึกษาเล่าเรียน เพราะเชื่อว่าการศึกษามัธยมจะช่วย มีชีวิตที่ดีขึ้น

5.4 หน้าที่แสดงออกซึ่งค่านิยม (Value Expression) ทัศนคติช่วยให้บุคคลได้ แสดงออกซึ่งค่านิยมของตนเอง ตัวอย่างเช่น คนที่มีความซื่อสัตย์มากก็จะแสดงออกด้วยการไม่ชอบพวกนอกรายผู้รับงบลวง

จากแนวความคิดดังกล่าวจะเห็นว่า ความรู้สึก ความคิดเห็น และความเชื่อเป็น องค์ประกอบของทัศนคติ และเมื่อองค์ประกอบเปลี่ยนแปลงไป ทัศนคติก็น่าจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

### การวัดทัศนคติ

วิธีการวัดทัศนคตินั้นมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมกันมาก คือ การวัดทัศนคติโดยใช้มาตรา ส่วนประมาณค่า (Scale) ซึ่งเป็นวิธีที่นักจิตวิทยาเห็นว่าเป็นเครื่องมือที่วัด ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ (Scale) ที่ใช้วัดทัศนคติ มีทั้ง Ranking Scale เป็น Scale ลักษณะแบบจัดอันดับ หรือ Rating Scale เป็นลักษณะ แบบให้คะแนน ซึ่งในการวิจัยนี้ Scale ที่ใช้วัดทัศนคติคือ Rating Scale โดยเลือกใช้แบบ Likert Scale บางทีเรียกว่า Five Point Scale โดยสรุปปลายทางข้างหนึ่งจะเป็นความคิดเห็นที่เห็นด้วย และอีกข้างหนึ่ง จะเป็นความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยกับข้อความที่มีอยู่ในแบบสอบถามแต่ละข้อ ซึ่งแต่ละจุดใน Scale จะ เป็นคะแนนทั้งหมด เช่น ให้ 5 คะแนน ถ้าตอบเห็นด้วยมากที่สุด ให้ 4 คะแนน ถ้าตอบเห็นด้วยมาก ให้ 3 คะแนน ถ้าตอบเห็นด้วยปานกลาง ให้ 2 คะแนน ถ้าตอบเห็นด้วยน้อย และให้ 1 คะแนน ถ้าตอบ เห็นด้วยน้อยที่สุด เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติ คือ ความคิดเห็นของบุคคล มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและมีผลมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ เป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างยิ่งต่อสถานการณ์ ภายนอก โดยแสดงออกในลักษณะสนับสนุน เห็นดี เห็นชอบหรือในทางต่อต้าน ไม่เห็นดี ไม่เห็นชอบ ผู้บริโภค อาจจะมี ความชอบ หรือไม่ชอบก็ได้

### แนวคิดทฤษฎีเพลงที่เกี่ยวข้อง

“การฟังเพลงก็เช่นเดียวกับการฟังภาษาพูด ผู้ฟังเพลงแต่ละคนจะรับรู้ รับความรู้สึก เข้าใจ เกิด อารมณ์มากน้อย ตื่นหรือลึกลับไม่เท่ากันทุกคนไป ประสบการณ์ของผู้ฟังเพลงแต่ละคนจะพาให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลได้อย่างมากมาย” (พูนพิศ อมาตยกุล, 2529, หน้า 141)

### ความหมายของเพลงไทยสมัยนิยม

เพลงไทยสมัยนิยม หรือวงการเพลงปัจจุบันเรียกว่า “เพลงป๊อป”(popular) หมายถึง เพลงซึ่งเป็นที่นิยมชมชอบของคนส่วนใหญ่ในสังคมหนึ่ง ๆ ในยุคหนึ่ง ๆ คำจำกัดความดังกล่าวจะเป็นเงื่อนไขสำคัญองภาพสะท้อนถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตผลงานเพลง ซึ่งนับว่าเป็นเพียงคนส่วนน้อยในสังคมที่

แตกต่างจากคนส่วนใหญ่ของสังคมที่ต้องการฟังเพลงป๊อปในแง่ของความละเอียดอ่อน และระมัดระวัง ต่อภาษาดนตรีมากกว่าคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะผู้ผลิตงานเพลงจะมีความคุ้นเคยและเชี่ยวชาญในเรื่องของคนตรีอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเพลงจึงจำเป็นต้องยอมรับความจริงในข้อนี้และนำมาเป็นข้อคำนึงถึงอยู่เสมอว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้คนส่วนใหญ่ในสังคมชอบสิ่งที่ตนสร้างขึ้นมา โดยใช้ประสบการณ์ดนตรีและศาสตร์แห่งดนตรีรวมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างงานเพลงสำหรับคนส่วนใหญ่ (อมรรัตน์ รัตนภาสูร, 2534)

### องค์ประกอบของเพลง

เพลงเป็นงานศิลปะที่มีความละเอียดอ่อน ซึ่งถูกสร้างสรรค์ขึ้นโดยอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้คือ (พูนพิศ อมาตยกุล, 2529)

1. ผู้ประพันธ์คำร้อง-ทำนอง หรือคีตกวี (composer)

เป็นผู้เสนอความคิด จินตนาการ อารมณ์และความรู้สึกออกมาเป็นเพลงที่ประกอบไปด้วยเนื้อร้องและทำนอง

2. ผู้ถ่ายทอด (interpreter)

มีหน้าที่ในการสร้างสีสันให้กับดนตรี เช่น นักดนตรี นักร้อง นักร้องเสียงประสาน ผู้บันทึกหรือผสมเสียง ผู้ควบคุมการผลิตหรือโปรดิวเซอร์ เป็นต้น เป็นฝ่ายที่สร้างความเป็นเอกภาพให้แก่เพลง และนำเสนอเพลงที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของผู้ฟัง

3. ผู้วิจารณ์ หรือผู้ที่มีหน้าที่ในการวิจารณ์เพลง

ในที่นี้อาจหมายถึง นักสร้างสรรค์หรือผู้ประพันธ์ เจ้าของค่ายเพลงหรือฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่ในการวิจารณ์ประเมินผลงานเพลงก่อนที่จะนำไปทำการจัดจำหน่าย โดยเผยแพร่ทางสื่อมวลชน รวมถึงผู้วิจารณ์ทั่วไปในสังคมที่มีหน้าที่วิจารณ์เพลงที่ได้สื่อสารไปยังผู้ฟังแล้วเป็นการประเมินผลงานอีกทางหนึ่ง

4. สื่อ (medium)

ได้แก่ สื่อกลางระหว่างนักร้อง นักดนตรี และผู้ฟัง สื่ออาจได้แก่ เสียงร้องหรือเสียงดนตรี และอาจรวมไปถึงสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ อาทิ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แผ่นเสียง เครื่องบันทึกเสียง เทปคาสเซต ฯลฯ ซึ่งจะช่วยในการถ่ายทอดบทเพลงไปสู่ผู้ฟังและกลุ่มเป้าหมาย

5. ผู้ฟัง (listener)

คือ ผู้รับสารที่ได้รับการถ่ายทอดบทเพลง โดยการเปิดรับสื่อที่นำเสนอผลงาน

#### 6. บทเพลง (song)

คือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากความคิด กลายมาเป็นเนื้อร้อง ทำนอง แล้วนำมาบรรเลงด้วยเครื่องดนตรี ซึ่งเป็นเครื่องมือทั้งที่เป็นไฟฟ้า ที่ก่อให้เกิดเสียงดนตรีต่างๆ ได้โดยอาศัยการเรียบเรียงเสียงดนตรี ซึ่งเป็นการประสมประสานเสียงดนตรีที่บรรเลงด้วยเครื่องดนตรีต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความไพเราะ ฟังน่าฟัง

#### 7. ผู้เผยแพร่บทเพลง (publisher) ได้แก่ นักร้องและนักดนตรี

นักร้อง หมายถึง ผู้ถ่ายทอดบทเพลงด้วยน้ำเสียง ท่วงทำและอารมณ์

นักดนตรี หมายถึง ผู้ถ่ายทอดบทเพลงด้วยฝีมือในการบรรเลง

#### เพลงสมัยนิยม

กรอบแนวคิดแบบอัตวิสัยของเพลงสมัยนิยม ในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้นิยมบทเพลงดังกล่าว ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่น กรอบแนวคิดในการใช้อารมณ์ความรู้สึกในการเกิดสุนทรียะแบบอัตวิสัยน่าจะเกิดจากการขึ้นของระบบความเจริญในระบบโครงสร้างทางด้านต่าง ๆ อยู่มากพอสมควร ซึ่งการรับรู้ในเพลงสมัยนิยมจะเป็นเพียงการรับรู้ในระดับความพึงพอใจเท่านั้น และไม่ถึงในระดับของความซาบซึ้ง แต่อาจเกิดแนวคิดแบบอัตวิสัยในองค์ประกอบอื่น เช่น ค่านิยมในตัวบุคคล ค่านิยมของอารยธรรมตะวันตก ค่านิยมในการยอมรับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิต เป็นต้น ดังนั้นเชื่อว่าความบริสุทธิ์ในการเกิดสุนทรียะแบบตัวของตัวเองนั้นค่อนข้างน้อยมาก

กรอบแนวคิดมาตรฐานสุนทรียะของผู้สร้าง มองถึงมาตรฐานในการสร้างงานศิลปะจะเป็นการผสมผสานในเชิงธุรกิจดังนั้นความเป็นศิลปะบริสุทธิ์ที่จะสื่อความเป็นสุนทรียะที่แท้จริงจะลดน้อยลงไป ผู้สร้างพยายามคำนึงถึงความง่ายในการรับรู้ศิลปะของผู้รับซึ่งถ้างานดังกล่าวสามารถไปสร้างค่านิยม ความชอบ ความพึงพอใจให้กับผู้รับเป็นส่วนมาก ถือว่างานชิ้นนั้นมีคุณค่าทางเศรษฐกิจ แต่บางครั้งอาจไม่มีคุณค่าทางศิลปะก็ได้

กรอบแนวคิดสุนทรียศาสตร์ที่เกิดขึ้นทางสังคม ถ้าพิจารณาตามโครงสร้างทางสังคม ในการมองสุนทรียะของเพลงสมัยนิยมที่เกิดขึ้นทางสังคมค่อนข้างเป็นรูปแบบของศิลปะธุรกิจดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เหตุเพราะถ้ามองย้อนไปในการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑ (พ.ศ. 2504 ถึง 2509) เป็นต้นมาได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองไทย ดังนั้นเพลงสมัยนิยมก็ต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนไปในเชิงธุรกิจเช่นกัน ซึ่งหมายถึงการทำ ศิลปะ ให้เป็น สินค้า โดย

การใช้กลยุทธ์หรือวิธีการต่าง ๆ ในการผลักดันศิลปะธุรกิจให้เป็น มูลค่า ให้มากและในบางครั้งอาจล้ม  
 คำนึงถึงคุณค่าไปบ้างก็ตาม ระดับของการสื่อคุณค่าทางสุนทรียะระดับมวลชนคงเป็นเพียงการสื่อใน  
 ระดับการรับรู้ของความพึงพอใจ ไม่ถึงระดับความซาบซึ้ง มุ่งสร้างค่านิยมในบริบทอื่น ๆ มาบดบัง  
 คุณค่าทางศิลปะ เช่น นำเสนอความเป็นบุคคลเป็นตัวนำ และนำเสนอความเป็นศิลปะเป็นตัวรอง สิ่ง  
 ปรากฏในมิติทางสังคมของ โครงหน้าที่ประจักษ์ และหน้าที่แฝง อย่างเห็น ได้ชัดเจนคือ โครงสร้างของ  
 ระบบการบริหารจัดการ การตลาด การประชาสัมพันธ์ ในการสร้างมิติเชิงซ้อนเพื่อสร้างภาพที่เลื่อนกลาง  
 ให้กับตัวตนของความจริงแท้ในศิลปะ การดำเนินธุรกิจ ในบางครั้งจำเป็นต้องหันมองพลังของสังคม  
 ระดับมวลชนเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างงานให้สามารถระทบต่อความพึงพอใจต่อสังคมให้มากที่สุด ถ้า  
 สามารถประสพผลสำเร็จก็หมายถึงความเจริญทางธุรกิจ แต่ถ้ามองพลังการขับเคลื่อนของสังคมที่มี  
 ปฏิกริยาตอบสนองต่อเพลงสมัยนิยมเห็นได้ว่ากระแสความนิยมจะคงอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น  
 เมื่อค่านิยมลดลงความพึงพอใจก็จะเสื่อมความนิยมไปเรื่อย ๆ เพลงสมัยนิยมนั้นเปรียบเสมือนเป็น  
 ประวัติศาสตร์หรือพลวัตหน้าหนึ่งของการขับเคลื่อนสังคมในอีกมิติหนึ่งของสังคมไทย ที่มีการ  
 ปรับเปลี่ยนตัวตนให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของสังคม โลก

จากบทความสุนทรียศาสตร์กับพลวัตทางสังคม โดยการมองผ่านเพลงพื้นบ้านถึงเพลงสมัยนิยม  
 นั้น เป็นการนำเสนอถึงคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์โดยการใช้อิทธิของบทเพลงเป็นตัวสื่อในการ  
 เปลี่ยนแปลงพลวัตทางสังคม ซึ่ง ได้แก่ เพลงพื้นบ้าน เพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุง เพลงเพื่อชีวิต และเพลง  
 สมัยนิยม เป็นต้น ซึ่งเพลงต่าง ๆ เหล่านี้สามารถสะท้อนสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชนในแง่มุม  
 ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ตลอดจนการมองเห็นภาพมิติเชิงซ้อนในการเปลี่ยนแปลงสังคมในด้านต่าง ๆ สิ่ง  
 สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บทเพลงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ก็คือแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ ซึ่งแนวคิด  
 ดังกล่าวเป็นตัวสร้างความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสำนึก ความตระหนัก ความซาบซึ้ง ตลอดจนความ  
 ซึมซับทางจิต จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้สามารถก่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนพลวัตทางสังคมได้อย่างมี  
 ประสิทธิภาพประการหนึ่ง

การวิเคราะห์แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ต่อบทเพลงที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัย สามารถวิเคราะห์  
 ได้ 2 ประการ คือ 1.การวิเคราะห์ตัวตนทางสุนทรียศาสตร์ทางดนตรี ซึ่งมีปัจจัยในการคำนึงถึง  
 มาตรฐานของสุนทรียศาสตร์ คือ ความเป็นอัตวิสัย และกรอบมาตรฐานแนวคิดวัตถุประสงค์ของผู้สร้าง  
 งาน 2.การวิเคราะห์ตัวตนของสุนทรียศาสตร์ที่มีต่อสังคม ซึ่งส่วนนี้จำเป็นต้องเชื่อมโยงกับส่วน  
 ของอัตวิสัย เพราะจิตสำนึกในตัวคนจะสะท้อนผ่าน โครงสร้างทางสังคม ทั้งยังแยกย่อยไปถึงระดับของ  
 โครงสร้างหน้าที่ประจักษ์ และ โครงสร้างหน้าที่แฝง ทั้งนี้ยังมองถึง โครงสร้างในภาพรวมที่เป็นวิถีชีวิต

ประเพณีสังคมวัฒนธรรม ศาสนาความเชื่อ การเมืองการปกครอง ตลอดจนกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก เป็นต้น ภาพรวมที่เกิดขึ้นจะสะท้อนการเกิดพลังทางสังคมที่เรียกว่า สังคมมวลชน (mass society) ทั้งนี้จะเป็นปัจจัยในการปรับเปลี่ยนท่าทีทางสังคมที่เป็นแบบการเปลี่ยนผ่านจากต้นตอเดิมไปตัวตนใหม่ ,การเปลี่ยนผ่านตัวตนแบบผสมผสาน หรือการเปลี่ยนผ่านทางสังคมในมิติเชิงซ้อนในแต่ละส่วนของกลุ่มชน เป็นต้น

ดังนั้นการทบทวนฐานของระบบคิดทางสุนทรียศาสตร์ที่เกิดขึ้นในบทเพลงในแต่ละยุคสมัย เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากพลวัต ทั้งนี้เพื่อรวบรวม ทบทวน วิเคราะห์ ตลอดจนประยุกต์ระบบคิดดังกล่าว แล้วนำไปใช้พัฒนาสังคมอย่างสร้างสรรค์ในสถานะที่เหมาะสมต่อไป

### ทฤษฎีการยอมรับ

Rogers และ Shoumarker (1971 อ้างใน บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2540 , หน้า 212-213) กล่าวถึงกระบวนการยอมรับ (adoption process) ว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคล ซึ่งเริ่มต้นด้วยการเริ่มรู้หรือได้ยินเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วไปสิ้นสุดลงด้วยการตัดสินใจยอมรับไปปฏิบัติกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับการเรียนรู้และการตัดสินใจ (learning and decision making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นเริ่มรู้หรือรับรู้ (awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มรู้เกี่ยวกับเรื่องใหม่หรือความคิดใหม่ แต่ขาดรายละเอียด การรับรู้อาจเกิดขึ้นโดยบังเอิญด้วยการพบเห็นด้วยตนเองหรือโดยการเผยแพร่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือเอกชน

ขั้นที่ 2 ขั้นสู่ความสนใจ (interest) เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มมีความสนใจในแนวความคิดใหม่ จึงพยายามไต่หาคำความรู้ในรายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อพิจารณาแยกแยะความเป็นไปได้ประโยชน์ และความเหมาะสม

ขั้นที่ 3 ขั้นไตร่ตรอง (evaluation) เป็นขั้นที่บุคคลศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วคิดเปรียบเทียบกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันว่า ถ้ารับเอาแนวความคิดใหม่มาปฏิบัติจะเกิดผลดีหรือไม่ดีอย่างไรบ้าง ในขณะที่และในอนาคต ควรหรือไม่ที่จะทดลองดูก่อน หากรู้สึกว่ามีผลดีมากกว่าจะตัดสินใจทดลองดูเพื่อให้เกิดความแน่ใจก่อนที่จะรับ ไปปฏิบัติจริง ๆ

ขั้นที่ 4 ขั้นทดลองทำ (trial) เป็นขั้นที่บุคคลทดลองทำตามแนวความคิดใหม่โดยทำการ

ทดลองแต่เพียงเล็กน้อย เพื่อดูว่าจะเข้ากันหรือไม่กับสภาพการณ์ในปัจจุบันของตนและผลจะออกมาตามที่คาดคิดไว้หรือไม่ ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่นั้น ซึ่งผลจากการทดลองจะมีความสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจ ที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

ขั้นที่ 5 ขี่้นำไปปฏิบัติหรือชั้นยอมรับ (adoption) เป็นขั้นที่บุคคลตัดสินใจรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติอย่างเต็มที่ หลังจากที่ได้อทดลองปฏิบัติดูและทราบผลเป็นที่พอใจแล้ว

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2542) กล่าวถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีหรือการปฏิบัติทางการเกษตรว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ ดังนี้

#### 1. ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขหรือสภาพการณ์โดยทั่วไป อันประกอบด้วย

1.1 สภาพทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน เกษตรกรหรือบุคคลที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต จะมีแนวโน้มยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ง่ายกว่าและเร็วกว่าผู้ที่มีปัจจัยการผลิตน้อยกว่า เช่น เกษตรกรที่ถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินมากกว่า เกษตรกรที่ทำกินในที่ดินมากกว่าเกษตรกรที่มีรายได้น้อยกว่า จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า และเร็วกว่า เกษตรกรที่มีปัจจัยเหล่านี้น้อยกว่า

1.2 สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตราการยอมรับเร็วหรือช้า เช่น บุคคลที่อยู่ในชุมชนที่รักษานขนบธรรมเนียมประเพณีเก่า ๆ อย่างเคร่งครัดมากกว่า มีลักษณะการแบ่งชนชั้นทางสังคมอย่างเห็นเด่นชัดกว่า มีค่านิยมและความเชื่อเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า มีผลทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ช้าลงและน้อยลงด้วย

1.3 สภาพทางภูมิศาสตร์ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลง คือ ท้องที่ใดมีสภาพภูมิศาสตร์ที่สามารถติดต่อกับท้องที่อื่น ๆ โดยเฉพาะท้องที่เจริญทางด้านเทคโนโลยีได้มากกว่า ไม่ว่าเป็นการคมนาคมที่สะดวก หรือมีทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตมากกว่า จะมีผลทำให้เกิดแนวโน้มของการยอมรับมากกว่าและเร็วกว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง

1.บุคคลเป้าหมาย (target person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (client) พื้นฐานของเกษตรกรเองเป็นส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคนิค หรือวิทยาการใหม่ ได้แก่

##### 1.1 พื้นฐานทางสังคม จากการวิจัย พบว่า

- เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่าเพศชาย
- ผู้มีระดับการศึกษาและประสบการณ์สูงกว่าจะยอมรับเร็วกว่าผู้มีการศึกษาและประสบการณ์ต่ำกว่า

- ผู้ที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ หรือผู้นำมีการเปลี่ยนแปลงมากกว่าและมีความถี่ในการรับฟังข่าวสารมากกว่า หรือมีการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเพื่อนบ้านในเรื่องการประกอบอาชีพมากกว่า จะขอรับการเปลี่ยนแปลงในระดับที่รวดเร็วกว่าและมากกว่า

- บุคคลที่อยู่ในอายุวัยรุ่นหรืออายุน้อย ขอรับเร็วที่สุด และช้าลงไปตามลำดับเมื่ออายุมากขึ้น

1.2 พื้นฐานทางเศรษฐกิจ จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรที่มีลักษณะต่อไปนี้ ใดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า จะขอรับการเปลี่ยนแปลงที่เร็วกว่า และปริมาณที่มากกว่า ได้แก่

- การถือครองที่ดินจำนวนมาก
- การทำกินในที่ดินที่มีเนื้อที่มากกว่า
- การประกอบอาชีพในลักษณะที่เป็นการค้ามากกว่า
- การมีรายได้มากกว่า
- การมีทรัพยากรที่จำเป็นในการผลิตมากกว่า
- การมีเครื่องมือที่จำเป็นในการผลิตมากกว่า
- การมีโอกาสได้รับสินเชื่อที่มีปริมาณ ที่มากกว่า และดอกเบี้ยถูก

สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบให้เกิดการขอรับการเปลี่ยนแปลงได้เร็วกว่าและมากกว่า

1.3 พื้นฐานการติดต่อสื่อสารของเกษตรกร การติดต่อสื่อสารที่จำเป็นอย่างหนึ่งคือ ประสิทธิภาพในการรับฟังข่าวสาร ได้แก่ การอ่าน การฟัง รวมทั้งความคิดที่มีเหตุผล ในขณะที่เดียวกันยังมีความสามารถในการพูด การเขียนด้วย สิ่งเหล่านี้มีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างตัวเองและเพื่อนบ้าน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการขอรับการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น

1.4 พื้นฐานเรื่องอื่นๆ เช่น

- เกษตรกรมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (achievement motivation) มีความพร้อมทางจิตใจ และ/หรือมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากกว่า และ/หรือมีทัศนคติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่หรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ/หรือมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีที่นำมาเพื่อการเปลี่ยนแปลง
- มีความสนใจปัญหาและความต้องการของตนเองและกิจกรรมอาชีพของเพื่อนบ้าน
- มีความสามารถในการจัดการเกษตรกรที่มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งนี้หรือมีมากกว่า มีแนวโน้มที่จะขอรับการเปลี่ยนแปลงที่มากกว่า และรวดเร็วกว่าตามลำดับ

2. ปัจจัยเนื่องมาจากนวัตกรรม (innovations) หรือเทคโนโลยีที่จะนำไปเปลี่ยนแปลงเอง ได้แก่

2.1 ต้นทุนและกำไร (cost & profit) ถ้าเทคโนโลยีใดลงทุนน้อยที่สุด กำไรมาก



ที่สุด การยอมรับที่สูงกว่า เร็วกว่า ถ้าไรนั้นนอกจากจะหมายถึงเงินที่ได้รับ ยังรวมถึงกำไรที่เกิดจากการใช้ประโยชน์และความมีหน้ามีตา (utility & prestige) ด้วย

1.2 ความสอดคล้องและเหมาะสมกับสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน (similar & fit) ความสอดคล้องเหมาะสมนี้ เป็นเรื่องของกรที่ไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องของความสอดคล้องและความเหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนด้วย

1.3 สามารถนำไปปฏิบัติได้และเข้าใจง่าย (practical & understood) คือ ต้องไม่เป็นเรื่องที่ยุ่ยากซับซ้อนและไม่มีความยุ่งยากเกินไป

1.4 สามารถเห็นว่าปฏิบัติได้ผลมาแล้ว (visibility) คือ ถ้าเห็นว่าเกิดผลดีมาก่อนแล้ว จะปฏิบัติตามหรือยอมรับได้ง่ายและเร็วกว่า

2.5 สามารถแบ่งแยกขั้นตอนหรือแยกเป็นเรื่อง ๆ ได้ (divisibility)

2.6 ใช้เวลาน้อยหรือประหยัดเวลา (time – saving)

2.7 เป็นการตัดสินใจของกลุ่ม (group decision) เพราะกลุ่มมีอิทธิพลในการที่จะวางกฎเกณฑ์บางอย่างที่สมาชิกต้องปฏิบัติตามลักษณะที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทั้งหมดนี้ ถ้ามีครบมากที่สุด การยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเกษตร จะรับได้เร็วกว่าและปริมาณมากกว่า และการที่นวัตกรรมที่นำมาให้เกิดความเปลี่ยนแปลง จะสามารถแพร่กระจาย (diffusion) ไปรวดเร็วแค่ไหน มีข้อที่ควรพิจารณานำมาเกี่ยวข้อง คือ

- นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีนั้น เมื่อนำไปใช้แล้วเกิดผลประโยชน์ทางการเพิ่มรายได้ หรือผลประโยชน์อื่นมากนักน้อยเพียงใด ถ้ามากก็แพร่กระจายเร็ว

- ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นให้ผลตอบแทนหลังจากการปฏิบัติแล้ว ถ้าให้ผลตอบแทนในระยะสั้น เทคโนโลยีนั้นก็แพร่กระจายไปเร็ว

- การคมนาคม เช่น ถนนหนทาง ขอบข่ายการติดต่อสื่อสารกว้างขวางแพร่หลาย ถ้ามากจะกระจายได้เร็ว

- ลักษณะของความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

ของชุมชนหนึ่ง ๆ ถ้าไม่มีความขัดแย้งกับสภาพทางสังคม วัฒนธรรมของชุมชนส่วนใหญ่ เทคโนโลยีนั้นจะแพร่กระจายได้เร็ว

- วัตถุประสงค์ในการผลิตของเกษตรกร ถ้าเป็นการผลิตเพื่อการค้ามากกว่าเพื่อบริโภคในครัวเรือน เทคโนโลยีนั้นก็จะแพร่กระจายได้เร็วกว่า
- มีสินเชื่อเพื่อการเกษตรที่มีอัตราดอกเบี้ยราคาถูกราคาบริการแค่นั้น ถ้ามีการแพร่กระจายเทคโนโลยีก็มีมากกว่า

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2542) สรุปว่า การที่เกษตรกรไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี อาจเป็นเพราะสาเหตุดังนี้

1. การละเลยไม่เอาใจใส่ (ignorance) คือ "ไม่รู้ว่าอะไรที่จะสามารถทำได้ในเรื่องใหม่ ๆ เพราะรู้อยู่แต่ของเก่า ๆ"
2. ขาดความสามารถที่จะประกอบการ (inability) คือ "รู้ว่าจะทำอะไร แต่ไม่มีเงินหรือเหตุผลอื่น ๆ"
3. ขาดความตั้งใจ (unwillingness) คือ "รู้ว่าจะทำอะไร และมีความพร้อมสามารถทำได้ แต่เขาไม่ต้องการที่จะทำ"

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิทยา ภูบัว (2542) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของคนตรีอเมริกันที่มีต่อเพลงไทยสมัยนิยม เพื่อศึกษาการผสมผสานวัฒนธรรมดนตรีระหว่างคนตรีอเมริกันกับดนตรีไทยและยังศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมคนตรีอเมริกันต่อเพลงไทยสมัยนิยม โดยสรุปว่า คนตรีอเมริกันนับเป็นวัฒนธรรมหนึ่งซึ่งมีการแพร่กระจายเข้ามาสู่สังคมไทย และมีผลต่อ ลักษณะ รูปแบบของเพลงไทยสมัยนิยมทั้งในอดีตและปัจจุบัน สำหรับในอดีตนั้น เนื่องมาจากความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา, การค้า, การรับเทคโนโลยีสมัยใหม่จากอเมริกา เป็นต้น สำหรับในปัจจุบัน ปัจจัยสำคัญอันเป็นเหตุให้กระแสวัฒนธรรมคนตรีอเมริกันไหลบ่าเข้ามามีอิทธิพลต่อลักษณะ และรูปแบบของเพลงไทยสมัยนิยม ก็คือเทคโนโลยีสารสนเทศอันก้าวหน้า ประเด็นสำคัญซึ่งแสดงนัยของการได้รับอิทธิพลทางดนตรีจากอเมริกา ก็คือ บทวิจารณ์จากนักวิจารณ์ดนตรี ข้อเขียนจากนักวิชาการทางด้านดนตรี ตลอดจนข้อโต้แย้งในกลุ่มนักดนตรีอาชีพ ซึ่งสรุปได้ว่า เพลงไทยสมัยนิยมในยุคนี้ ลอก และดัดแปลงจากเพลงต้นฉบับซึ่งเป็นเพลงสไตลอเมริกัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปรากฏการณ์ของการแพร่กระจายและการผสมผสานวัฒนธรรมดังกล่าวอย่างจริงจัง ทั้งนี้โดยมุ่งศึกษาอิทธิพลของคนตรีอเมริกันที่มีต่อเพลงไทยสมัยนิยมในปัจจุบัน

อภिरดี ภูภิรมย์ (2542) ได้ศึกษาถึงวาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็น การศึกษาลักษณะทางวาทศิลป์ของเพลงไทยสมัยนิยม โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ และ การวิเคราะห์เพลงที่มีวาทศิลป์ที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้ฟังจำนวน 114 เพลง ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ 5 ประการ ของวาทศาสตร์ (5 Canons) เป็นกรอบหลักในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. การคิดค้นเนื้อหา ประกอบด้วยแนวคิดในการคิดเนื้อหาเพลง ประเภทของความคิดหลักใน เพลง และ ระบบเหตุผลในเพลง

2. การจัดเรียบเรียงสาร ประกอบด้วยรูปแบบการเล่าเรื่อง ลักษณะการสัมผัสคำ การแบ่งท่อน ทำนอง การซ้ำท่อนสร้อย

3. ลีลาการใช้ภาษา ประกอบด้วย การใช้โครงสร้างแบบขนาน , การซ้ำคำ, การเปรียบเทียบและ การใช้สัญลักษณ์ที่น่าสนใจ, การสร้างให้คำหรือประโยคเด่นของเพลงให้เป็นที่จดจำโดยการซ้ำ การใช้ ข้อความขัดแย้ง และ วิกฤตภาวะ

4. การส่งสาร ประกอบด้วย การใช้เสียงอย่างมีความหมาย เช่น การเลือกเน้นเสียงร้อง หรือ เลือกใช้เครื่องดนตรีเพื่อสร้างอารมณ์ที่ต้องการให้กับเพลง

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาทัศนคติผู้บริโภคที่มีผลต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.3 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.4 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
- 3.5 ระยะเวลาที่ทำการวิจัยและแผนการดำเนินงาน

#### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### กลุ่มประชากร

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

##### กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครแบ่งพื้นที่เป็น 5 เขต คือ

1. บางกะปิ ทำการสุ่มตัวอย่างจากเขตนี้จำนวน 100 คน
2. ลาดพร้าว ทำการสุ่มตัวอย่างจากเขตนี้จำนวน 50 คน
3. ห้วยขวาง ทำการสุ่มตัวอย่างจากเขตนี้จำนวน 100 คน
4. กล้วยน้ำไท ทำการสุ่มตัวอย่างจากเขตนี้จำนวน 100 คน
5. พระโขนง ทำการสุ่มตัวอย่างจากเขตนี้จำนวน 50 คน

ทำการสุ่มด้วยวิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลตาม โรงเรียน สำนักงานต่างๆ และศูนย์การค้า

### ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น

$$\text{สูตร Yamane : } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{10,161,694}{1 + 10,161,694(0.05)^2} = 400$$

คำอธิบายสูตร : e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

### การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOW ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอ และสรุปผลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงตารางแบบร้อยละ (Percentage) และหาค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยได้กำหนดค่าการตัดสินใจในการทดสอบสมมติฐานไว้ที่ระดับ 0.01 และ 0.05

2.1 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients) เพื่อคำนวณหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

- ทักษะคิดของผู้บริโภคกับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

2.2 สถิติ t-test และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว หรือ 1 องค์ประกอบ One-Way ANOVA เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ และ Regression เพื่อวิเคราะห์ว่าทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสอบถามอาจารย์ที่ปรึกษา โดยรายละเอียดในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ รวม 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบรวม 7 ข้อ

แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) มี 5 ระดับ คือ

ระดับ 5	คือ	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	คือ	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	คือ	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	คือ	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	คือ	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ จำนวน 7 ข้อ

แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) มี 5 ระดับ คือ

ระดับ 5	คือ	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	คือ	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	คือ	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	คือ	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	คือ	เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์เฉลี่ยระดับของความสำคัญ ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตรากว้างชั้น (Interva)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ \text{เมื่อค่าพิสัย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

แสดงระดับของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เป็นดังนี้

ช่วงของค่า  $\bar{X}$  (ขีดจำกัดที่แท้จริง)

1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด

### การพัฒนาเครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ

1. ทำการรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำร่างแบบสอบถามขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความถูกต้อง

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำกลับมาหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) โดยจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ขึ้นไป

ผลการทดสอบ (Pre-test) พบว่าแบบสอบถามมีค่า Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) เท่ากับ 0.886

### การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Scale Reliability)

สำหรับการวัดความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Scale Reliability) ผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นในส่วนของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ซึ่งเป็นการประมวลผลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด มีข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 : ตาราง Scale Reliability ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภท

เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

Item	Question	n	Mean	SD	Alpha
b1	ท่านรู้สึกชื่นชอบเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	400	3.53	.915	.771
b2	ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ไม่เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย	400	4.06	.865	.768

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : ตาราง Scale Reliability ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทย  
ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

Item	Question	n	Mean	SD	Alpha
b3	ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับสากลได้อย่างลงตัวที่สุด	400	3.94	.873	.760
b4	ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น เป็นเพลงที่แสดงถึงความเป็นไทยแต่ไม่ห้ำหั่น	400	3.97	.859	.777
b5	ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบเป็นเพลงที่ฟังง่าย	400	3.82	.850	.760
b6	ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะสามารถทำชื่อเสียงและเป็นที่น่าสนใจของต่างประเทศ	400	4.05	.887	.759
b7	ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะไปที่ขึ้นชอปกันอย่างแพร่หลายในอนาคต	400	3.87	.881	.775
Cronbach's Alpha = .794					

ตารางที่ 3.2 : ตาราง Scale Reliability การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

Item	Question	n	Mean	SD	Alpha
c1	โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	400	3.41	.877	.835

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : ตาราง Scale Reliability การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัย

นิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

Item	Question	n	Mean	SD	Alpha
c2	ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	400	3.41	.891	.831
c3	เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน	400	3.32	.935	.827
c4	หากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	400	3.57	.867	.824
c5	ท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	400	3.32	.937	.831
c6	ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ	400	3.67	.913	.819
c7	ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	400	3.73	.871	.829
Cronbach's Alpha = .849					

จากการทดสอบปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟา ต่ำสุด = .794 สูงสุด = .849 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือได้

**วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ด้วยการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภครั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. เลือกเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภครั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้ง 400 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาลงบันทึกในคอมพิวเตอร์ และใช้โปรแกรม SPSS ในการประมวลผลข้อมูลตามวิธีการสถิติต่อไป

#### ระยะเวลาที่ทำการวิจัยและแผนการดำเนินงาน

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร มีช่วงระยะเวลาที่ทำการวิจัย ระหว่างเดือน มกราคม 2553 - เดือนเมษายน 2553 เป็นเวลาทั้งสิ้น 14 สัปดาห์ โดยมีแผนการดำเนินงาน ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน	สัปดาห์													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. วางแผนวิจัย														
2. ออกแบบสอบถาม														
- ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม														
- ทดสอบแบบสอบถาม														
3. เก็บรวบรวมข้อมูล														
4. สรุปวิเคราะห์ข้อมูล และรายงาน														

## บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย โดยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนของประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทย สมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนของประชากรศาสตร์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงในรูปความถี่ร้อยละ ดังปรากฏในตาราง

ตารางที่ 4.1 : ลักษณะประชากรศาสตร์ เพศ

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
เพศ			
ชาย	217	54.3	54.3
หญิง	183	45.8	100.0
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.8

ตารางที่ 4.2 : ลักษณะประชากรศาสตร์ อายุ

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
อายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี	138	34.5	34.5
21 – 25 ปี	148	<b>37.0</b>	71.5
26 – 30 ปี	56	14.0	85.5
31 – 40 ปี	46	11.5	97.0
มากกว่า 41 ปี	12	3.0	100.0
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 และจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.3 : ลักษณะประชากรศาสตร์ วุฒิการศึกษา

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
วุฒิมัธยมศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	156	39.0	39.0
ปริญญาตรี	180	<b>45.0</b>	84.0
ปริญญาโท	63	15.8	99.8
ปริญญาโทขึ้นไป	1	.3	100.0
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

วุฒิมัธยมศึกษาสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.0 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.4 : ลักษณะประชากรศาสตร์ อาชีพ

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
อาชีพ			
นักเรียน นักศึกษาหรือนิสิต	198	<b>49.5</b>	49.5
ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	51	12.8	62.3
พนักงานบริษัท	151	37.8	100.0
อื่นๆ			
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ห้ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 37.8 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตารางที่ 4.5 : ลักษณะประชากรศาสตร์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่า 15,000 บาท	210	<b>52.5</b>	52.5
15,001 – 20,000 บาท	101	25.3	77.8
20,001 – 25,000 บาท	52	13.0	90.8
25,001 – 30,000 บาท	29	7.3	98.0
มากกว่า 30,001 บาท	8	2.0	100.0
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ห้ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

ผลการวิเคราะห์จำแนกตามทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ดังปรากฏในตารางที่ 4.6 จำแนกตามตัวแปรได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ

สินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	Mean	SD.	ระดับทัศนคติ
ท่านรู้สึกชื่นชอบเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.53	.915	ปานกลาง
ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ไม่เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย	4.06	.865	มากที่สุด
ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับสากลได้อย่างลงตัวที่สุด	3.94	.873	มาก
ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น เป็นเพลงที่แสดงถึงความเป็นไทยแต่ไม่ห้ำหั่น	3.97	.859	มาก
ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เป็นเพลงที่ฟังง่าย	3.82	.850	มาก
ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะ สามารถทำชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของต่างประเทศ	4.05	.887	มากที่สุด
ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะ เป็นที่ชื่นชอบกันอย่างแพร่หลายในอนาคต	3.87	.881	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีทัศนคติในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ไม่เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.865 มีทัศนคติว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะ สามารถทำชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.05 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.887 และมีทัศนคติในระดับปานกลางได้แก่ รู้สึกชื่นชอบเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.915

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

ผลการวิเคราะห์จำแนกตามการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ดังปรากฏในตารางที่ 4.7 จำแนกตามตัวแปรได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 : แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	Mean	SD.	ระดับกายอมรับ
โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.41	.877	ปานกลาง
ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	3.41	.891	ปานกลาง
เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆ ที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆ ของท่าน	3.32	.935	ปานกลาง
หากท่านทราบว่า มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	3.57	.867	มาก
ท่านมักเป็นคนแรกๆ ในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	3.32	.937	ปานกลาง
ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ	3.67	.913	มาก
ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.73	.871	มาก



จากตารางที่ 4.7 พบว่า การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีการยอมรับในระดับมาก ได้แก่ มักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.871 มีการยอมรับว่ามักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.913 มีการยอมรับว่าทราบว่ามีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.867

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 : ค่า T และค่า Sig

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ชาย		หญิง		T(df)	Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.		
โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.36	.866	3.47	.888	-1.257	.251
ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	3.38	.847	3.45	.941	-.785	.051
เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน	3.33	1.009	3.31	.843	.167	.014*
หากท่านทราบว่า มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	3.56	.896	3.58	.833	-.258	.254

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) : ค่า T และค่า Sig

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ชาย		หญิง		T(df)	Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.		
ท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	3.28	1.000	3.36	.859	-.845	.043*
ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมาก	3.64	.938	3.71	.882	-.812	.272
ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.64	.933	3.84	.779	-2.313	.004*

\* มีนัยสำคัญที่ .05

จากการทดสอบ Independent samples T-test ในตาราง 4.8 สรุปได้ว่าผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน ในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ และในเรื่องท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการทดสอบ พบว่า ในเรื่องเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่านนั้น ผู้บริโภคเพศชาย มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมากกว่า ผู้บริโภคเพศหญิง

ในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอนั้น ผู้บริโภคเพศหญิง มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมากกว่า ผู้บริโภคเพศชาย

ในเรื่องท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ผู้บริโภคเพศหญิง มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมากกว่า ผู้บริโภคเพศชาย

**สมมุติฐานข้อที่ 1.2** ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 : ค่า F และค่า Sig.3

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 25 ปี		26 – 30 ปี		31 – 40 ปี		มากกว่า 41 ปี		Total		F	Sig
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.57	.871	3.42	.926	3.29	.803	3.09	.694	3.33	.985	3.41	.877	3.010	.018*
ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	3.50	.865	3.52	.884	3.14	.923	3.04	.815	3.67	.888	3.41	.891	4.527	.001*
เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน	3.36	.950	3.37	.890	3.11	.888	3.22	.941	3.67	1.371	3.32	.935	1.443	.219
หากท่านทราบว่ามีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	3.72	.846	3.61	.822	3.36	.923	3.28	.779	3.58	1.311	3.57	.867	3.248	.012*
ท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนๆที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	3.54	.990	3.24	.878	3.16	.968	2.91	.755	3.92	.669	3.32	.937	6.313	.000*
ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ	3.74	.954	3.57	.890	3.77	.874	3.65	.924	3.75	.866	3.67	.913	.851	.494
ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.82	.822	3.68	.810	3.59	1.13	3.80	.719	3.83	1.267	3.73	.871	.994	.410

\*มีนัยสำคัญที่ 0.05

จากการทดสอบ F-test (One Way ANOVA) ในตาราง 4.9 สรุปได้ว่าผู้บริโภครที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องท่านชอบที่จะมีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น ในเรื่องหากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง ในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการทดสอบ พบว่าในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

ในเรื่องท่านชอบที่จะมีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่นนั้น ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ในเรื่องหากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟังนั้น ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี

ในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ นั้น ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อันดับที่ 3 คือ มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี

**สมมุติฐานข้อที่ 1.3** ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 : ค่า F และค่า Sig

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		Total		F	Sig
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.58	.909	3.34	.885	3.20	.694	3.41	.877	4.203	.006*
ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	3.48	.898	3.39	.918	3.28	.786	3.41	.891	.824	.481
เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆ ที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆ ของท่าน	3.28	.974	3.39	.855	3.23	1.050	3.32	.935	2.584	.053
หากท่านทราบว่า มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	3.61	.941	3.63	.791	3.33	.856	3.57	.867	4.594	.004*
ท่านมักเป็นคนแรกๆ ในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	3.38	1.037	3.29	.882	3.23	.831	3.32	.937	.646	.586
ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ	3.67	.951	3.67	.908	3.66	.840	3.67	.913	.180	.910
ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.72	.862	3.82	.898	3.50	.777	3.73	.871	3.222	.023*

\*มีนัยสำคัญที่ .05

จากการทดสอบ F-test (One Way ANOVA) ในตาราง 4.10 สรุปได้ว่าผู้บริโภครที่มีวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องหากท่านทราบว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ และเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง ในเรื่องท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการทดสอบ พบว่าในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี และ อันดับสุดท้ายคือ ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโท

ในเรื่องหากท่านทราบว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟังนั้น ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และ อันดับสุดท้ายคือ ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโท

ในเรื่องท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และ อันดับสุดท้ายคือ ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโท

**สมมุติฐานข้อที่ 1.4** ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 : ค่า F และค่า Sig.

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	นักเรียน นักศึกษา หรือนิสิต		ข้าราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		Total		F	Sig
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.51	.894	3.24	.971	3.34	.807	3.41	.877	2.841	.060
ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	3.47	.882	3.16	.987	3.41	.858	3.41	.891	2.602	.075
เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน	3.32	.933	3.51	1.223	3.25	.818	3.32	.935	1.458	.234
หากท่านทราบว่า มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	3.67	.799	3.55	1.006	3.45	.892	3.57	.867	2.841	.060
ท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนๆที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	3.50	.955	3.35	.913	3.07	.869	3.32	.937	9.610	.000*
ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ	3.63	.901	3.65	.996	3.73	.901	3.67	.913	.503	.605
ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.77	.791	3.53	.924	3.75	.945	3.73	.871	1.605	.202

\*มีนัยสำคัญที่ .05

จากการทดสอบ F-test (One Way ANOVA) ในตาราง 4.11 สรุปได้ว่าผู้บริโภครที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการทดสอบ พบว่าในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอนั้น ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน นักศึกษาหรือนิสิต มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และ อันดับสุดท้ายคือ ผู้บริโภครที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

**สมมุติฐานข้อที่ 1.5** ผู้บริโภครที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน





ตารางที่ 4.12 : ค่า F และค่า Sig

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,001 บาท		Total		F	Sig
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.		
โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวโหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.45	.902	3.51	.832	3.23	.877	3.31	.761	2.50	.535	3.41	.877	3.352	.010*
ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น	3.40	.898	3.57	.841	3.23	.921	3.45	.870	2.50	.535	3.41	.891	3.576	.007*
เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน	3.21	.904	3.50	.901	3.40	.955	3.55	1.121	2.63	.744	3.32	.935	3.348	.010*
หากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง	3.61	.907	3.55	.741	3.48	.896	3.76	.872	2.75	.707	3.57	.867	2.420	.048*
ท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนๆที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ	3.25	.997	3.40	.813	3.52	1.038	3.28	.649	2.88	.835	3.32	.937	1.500	.201
ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ	3.55	.973	3.74	.796	3.73	.866	4.21	.819	3.63	.518	3.67	.913	3.776	.005*
ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ	3.69	.866	3.73	.799	3.85	.998	3.86	.915	3.63	.916	3.73	.871	.533	.712

\*มีนัยสำคัญที่ .05

จากการทดสอบ F-test (One Way ANOVA) ในตาราง 4.12 สรุปได้ว่าผู้บริโภครายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น ในเรื่องเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน ในเรื่องหากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง ในเรื่องท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการทดสอบ พบว่าในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภครายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท

ในเรื่องท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่นนั้น ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ในเรื่องเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่านนั้น ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท

ในเรื่องหากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟังนั้น ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภครายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท

ในเรื่องท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ นั้น ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท อันดับที่ 3 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคที่มีทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 : ค่า F และค่า Sig

Independent Variable	B	Beta	t	Sig.
ทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน	.515	.463	10.420	.000*

Note :  $R^2 = .214$  ,  $F(1, 399) = 108.579$  ,  $sig. = .000$

เนื่องจากค่า sig. <  $\alpha$  ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  แสดงว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน ในรูปแบบเชิงเส้นตรงที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ค่า  $r^2 = .214$  หมายความว่า ความแปรผันที่เกิดขึ้นในการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เป็นผลเนื่องมาจากทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ 21.4 % ส่วนที่เหลือมาจากสาเหตุอื่น

จากการทดสอบ Multiple Regressions ในตารางที่ 4.13 ได้ค่าแทนสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ  $\hat{Y} = 1.489 + 0.515x$  ตัวแปรด้านทัศนคติ (x) ค่า B = .515 แสดงให้เห็นว่า เมื่อปัจจัยด้านทัศนคติ (x) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เปลี่ยนไป .515 หน่วย

## บทที่ 5

### สรุปผลและอภิปรายผล

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนของประชากรศาสตร์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน นักศึกษาหรือ และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

##### 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีทัศนคติในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ไม่เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย มีทัศนคติว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะสามารถทำชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของต่างประเทศ และมีทัศนคติในระดับปานกลางได้แก่ รู้สึกชื่นชอบเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

##### 3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทย ประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีการยอมรับในระดับมาก ได้แก่ มักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ มีการยอมรับว่ามักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ มีการยอมรับว่าทราบว่ามีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่นิยมออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง

#### สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกันในเรื่องเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน ในเรื่องมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ และในเรื่องมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกันในเรื่องชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น ในเรื่องถ้าหากทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง และในเรื่องมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ

วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกันในเรื่องชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องถ้าหากทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง และในเรื่องมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกันในเรื่องมักจะเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกันในเรื่องชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ในเรื่องชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น ในเรื่องมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน ในเรื่องถ้าหากทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง และในเรื่องมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผู้บริโภคที่มีทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบ พบว่าทัศนคติของผู้บริ โภคที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน ความแปรผันที่เกิดขึ้นในการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เป็นผลเนื่องมาจากทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ 21.4 % ส่วนที่เหลือมาจากสาเหตุอื่น

### อภิปรายผลการศึกษา

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับแตกต่างกัน ในเรื่องเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน ประเด็นนี้เพศชาย มีการยอมรับมากกว่าเพศหญิง ในเรื่องมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ เพศหญิง มีการยอมรับมากกว่าเพศชาย และในเรื่องมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เพศหญิง มีการยอมรับเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ดิเรก ฤกษ์หรัย (2542) ตามทฤษฎีการยอมรับด้านบุคคลเป้าหมาย (target person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (client) พื้นฐานทางสังคม จากการวิจัย พบว่า เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่าเพศชาย

อายุที่แตกต่างกัน มีผลมีผลต่อการยอมรับแตกต่างกัน ในเรื่อง โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ และ ในเรื่องหากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่น่าสนใจออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง ผู้บริ โภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ดิเรก ฤกษ์หรัย (2542) ตามทฤษฎีการยอมรับด้านบุคคลเป้าหมาย (target person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (client) พื้นฐานทางสังคม จากการวิจัย พบว่าบุคคลที่อยู่ในอายุวัยรุ่นหรืออายุน้อย ยอมรับเร็วที่สุด

อายุที่แตกต่างกัน มีผลมีผลต่อการยอมรับแตกต่างกัน ในเรื่องท่านชอบที่จะมีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น และ ในเรื่องท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ ผู้บริ โภคที่มีอายุมากกว่า 41 ปี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ ดิเรก ฤกษ์หรัย (2542) ตามทฤษฎีการยอมรับด้านบุคคลเป้าหมาย (target person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (client) พื้นฐานทางสังคม จากการวิจัย พบว่า ระดับการยอมรับของผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะช้าลงไปตามลำดับอายุ

วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลมีผลต่อการยอมรับแตกต่างกัน ในเรื่องโดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวน์โหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก ในเรื่องหากท่านทราบว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่ยอมรับออกมา ท่านมักจะไปหาฟัง และ ในเรื่องท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ ผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี มีระดับการยอมรับเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2542) ตามทฤษฎีการยอมรับด้านบุคคลเป้าหมาย (target person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (client) พื้นฐานทางสังคม จากการวิจัย พบว่า ผู้มีระดับการศึกษาและประสบการณ์สูงกว่าจะยอมรับเร็วกว่าผู้มีการศึกษาและประสบการณ์ต่ำกว่า สามารถกล่าวรวมถึงอาชีพและรายได้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผู้บริโภคที่มีทัศนคติต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน

พบว่าทัศนคติที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่แตกต่างกัน มีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบแตกต่างกัน ซึ่งทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งจะแสดงออกให้เห็นจากคำพูด หรือ พฤติกรรมที่จะสะท้อนทัศนคตินั้น ๆ คนแต่ละคนมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากน้อยต่างแตกต่างกัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2524) ถ้าบุคคลเห็นว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบไม่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับตนแล้ว ความคิดเกี่ยวกับเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก็จะหยุดอยู่แค่ขั้นความรู้ ไม่ผ่านไปสู่ขั้นอื่น ทัศนคติส่งผลต่อการยอมรับ Rogers และ Shoumarker (1971 อ้างใน บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2540, หน้า 212-213) กล่าวถึงกระบวนการยอมรับ (adoption process) ว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคล ซึ่งเริ่มต้นด้วยการเริ่มรู้หรือได้ยินเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วไปสิ้นสุดลงด้วยการตัดสินใจยอมรับไปปฏิบัติ กระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับการเรียนรู้และการตัดสินใจ (learning and decision making)

#### **ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย**

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนนั้น ที่แตกต่างกันนั้น จะมีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ มีการยอมรับที่แตกต่างกัน

2. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบที่อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นจากผลวิจัยนี้จึงทำให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อการยอมรับ ว่ายังมีผลต่อการยอมรับไม่มากนัก

3. ภาครัฐและเอกชน ควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อดีของเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบให้มากกว่านี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของไทยให้ได้รับการยอมรับมากกว่านี้

#### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยเกี่ยวกับเพลงไทยสมัยนิยม ยังมีน้อย เพราะเพลงแนวนี้ยังเป็นที่โต้แย้งกันใน เรื่องการทำลายวัฒนธรรมไทยหรือไม่ ดังนั้นสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ศึกษาว่าการรับรู้ด้านต่างๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมากที่สุด เพื่อจะได้รู้ถึงการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการยอมรับเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

2. ศึกษาถึงปัจจัยใดที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกการฟังเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เพื่อนำมาเป็นแนวทางให้แก่ค่ายเพลง ในการวางแผนการตลาด การปรับปรุงคุณภาพผลิตและการจัดจำหน่าย และเป็นการสนับสนุนให้ผู้บริโภคหันมานิยมฟังเพลงไทยมากขึ้น

3. ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการเลือกฟังเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ เพื่อทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคที่ได้ฟังเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบพึงพอใจมากที่สุด และปัจจัยใดที่ส่งผลทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจบ้าง



## บรรณานุกรม

### หนังสือ

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2540). วัฒนธรรมไทยกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม(พิมพ์ครั้งที่ 4).

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บุญธรรม จิตต์อนันต์. (2540). การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร :

สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พูนพิศ อมาตยกุล. (2529). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคนตรีของไทยเพื่อความชื่นชม.

กรุงเทพมหานคร : รักรัศมี.

สุชา จันทร์เอม. (2536). ทัศนคติบุคคล. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2524) การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมมีบุตรในเชิงเศรษฐกิจและสังคมระดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยของครอบครัวชนบท. กรุงเทพมหานคร : เทพรัตน์การพิมพ์.

### บทความ

ธีระพร อูวรรณโณ. (2528). การวัดทัศนคติ : ปัญหาในการใช้เพื่อทำนาย พฤติกรรม. วารสารครุ

ศาสตร์, (14), 133-160.

### วิทยานิพนธ์

ดิเรก ฤกษ์ห่วย. (2542). แนวความคิดพื้นฐานการยอมรับนวัตกรรมเกษตร. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เทพพนม เมืองแมน. (2539). ทัศนคติของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีของบริษัท ที.เค.เอส.

เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทร

วิโรฒ.

วิทยา ภูบัว. (2542). อิทธิพลของคนตรีอเมริกันที่มีต่อเพลงไทยสมัยนิยม. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาดนตรี มหาวิทยาลัยมหิดล

ศักรินทร์ สุวรรณโรจน์. (2538). ทัศนคติของนักศึกษาปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร

ศาสตร์ ต่อการดำเนินการทางการเมืองของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อมรรัตน์ รัตนภาสุร. (2534). การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม: วิเคราะห์

นักร้องชายยอดนิยม ระหว่างปี พ.ศ. 2531 – 2533. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Book

Allport, W.G. (1935) Attitude in C. Murchison , Handbook of social psychology.

Massachusetts: Clark University Press.





ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทัศนคติของ  
ผู้บริหารโลกที่มีต่อการยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทย  
ประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือมาช่วยท่าน ในการตอบ  
แบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาต่อไป

ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมายถูกลงใน ( ) หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเติมข้อความใน  
ช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. 21 – 25 ปี  
( ) 3. 26 – 30 ปี ( ) 4. 31 – 40 ปี  
( ) 5. มากกว่า 41 ปี

3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี  
( ) 3. ปริญญาโท ( ) 4. ปริญญาโทขึ้นไป

4. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน นักศึกษาหรือนิสิต ( ) 2. ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ  
( ) 3. พนักงานบริษัท ( ) 4. อื่นๆ (ระบุ) .....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ( ) 2. 15,001 – 20,000 บาท  
( ) 3. 20,001 – 25,000 บาท ( ) 4. 25,001 – 30,000 บาท  
( ) 5. มากกว่า 30,001 บาท

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมายถูกลงใน ( ) ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ประเด็น	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วย		เห็นด้วย		
	อย่างมาก				อย่างมาก
	1	2	3	4	5
6. ท่านรู้สึกชื่นชอบเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ					
7. ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น ไม่เป็นการทำลายวัฒนธรรมไทย					
8. ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับสากลได้อย่างลงตัวที่สุด					
9. ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบนั้น เป็นเพลงที่แสดงถึงความเป็นไทยแต่ไม่หล้าหลัง					
10. ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบเป็นเพลงที่ฟังง่าย					
11. ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะสามารถทำชื่อเสียงและเป็นที่น่าสนใจของต่างประเทศ					
12. ท่านคิดว่าเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบจะเป็นที่ชื่นชอบกันอย่างแพร่หลายในอนาคต					

ส่วนที่ 3 การยอมรับสินค้าวัฒนธรรมไทยประเภทเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ  
คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมายถูกลงใน ( ) ที่ตรงกับกรยอมรับของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ประเด็น	ระดับความเห็นด้วย				
	ไม่เห็นด้วย อย่างมาก		เห็นด้วย อย่างมาก		
	1	2	3	4	5
13. โดยปกติแล้ว ท่านชอบซื้อหรือดาวโหลดเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ					
14. ท่านชอบที่จะมีเพลงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนผู้อื่น					
15. เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเพื่อนๆ ท่านมักจะเป็นคนแรกๆที่มีเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบก่อนเพื่อนๆของท่าน					
16. หากท่านทราบว่ามิเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบและเป็นที่น่าสนใจออกมา ท่านมักจะไปหามาฟัง					
17. ท่านมักเป็นคนแรกๆในกลุ่มเพื่อนที่ร้องเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบได้ก่อนเสมอ					
18. ท่านมักจะหาเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบมาฟังอยู่ตลอดโดยไม่จำเป็นต้องเพลงที่มีผู้นิยมมากๆ					
19. ท่านมักจะสนใจเมื่อได้ยินเสียงเพลงไทยสมัยนิยมที่มีเสียงดนตรีไทยประกอบ					

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน

ผู้ศึกษา