

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ดนตรีก่อเกิดเพราะการได้ยินเสียงจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัวของมนุษย์ มีการรับรู้เลียนแบบ ศึกษาจังหวะ ระดับเสียง ความดัง-เบา ความกลมกลืนและแตกต่างของเสียงแต่ละประเภทจากใกล้ตัวที่สุดคือชีพจรการเต้นของหัวใจ การเคลื่อนไหวร่างกาย ไปถึงเสียงจากธรรมชาติและสัตว์นานา ดนตรีสากลหรือดนตรีตะวันตกมีพื้นฐานจากความมุ่งหวังไปสู่ชีวิตที่ดีกว่า จากหลักปรัชญากรีกโบราณในราวช่วงปี 800 ก่อนคริสตกาล ที่เน้นความสำคัญของการสร้างร่างกายให้แข็งแรงด้วยการเล่นกีฬา และความมั่งคั่งของจิตใจด้วยศิลปะ บทกวี ดนตรี การละคร และระบำรำฟ้อน เพื่อสร้างสรรค์ให้มนุษย์สมบูรณ์

ปี 585-479 ก่อนคริสตกาล ชาวกรีกชื่อ ปิธาโกรัส คิดค้นทฤษฎีการเกิดเสียงขึ้นจากการคำนวณรอบการสั่นสะเทือนของสายเสียง ได้ข้อสรุปว่า “ถ้าสายสั้นกว่าจะได้เสียงที่สูงกว่า ถ้าสายยาวกว่าจะได้เสียงที่ต่ำกว่า” วิชาความรู้และแนวคิดนี้กระจายแพร่หลาย ชื่อเสียงปิธาโกรัสเลื่องลือทั่วยุโรป

สำหรับสังคมไทยแล้วดนตรีเปรียบเสมือนพื้นฐานของสังคม สามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์ทางสังคม การเมืองและวัฒนธรรมได้ ดนตรีหรือบทเพลงคือการบันทึกภาพทางประวัติศาสตร์ที่สามารถสะท้อนเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ทางสังคม หรือสะท้อนแนวคิดอุดมการณ์ในแต่ละยุคสมัยอย่างต่อเนื่อง ดนตรีหรือบทเพลงนั้นถือได้ว่าเป็นภาษาทางอารมณ์ ซึ่งคีตกวีหรือนักแต่งเพลงได้พยายามกระตุ้นออกมาเป็นเสียงเพลง มีทั้งที่จงใจกระตุ้นและที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองซึ่งเพลงเป็นสื่อกลางในการติดต่อและการทำความเข้าใจระหว่างมนุษย์ที่เก่าแก่ที่สุด เพลงจึงเป็นภาษาหรือเครื่องมือสำคัญของมนุษย์ในการสื่อความคิดต่อกัน ซึ่งการสื่อความคิดนี้มี 2 ลักษณะ คือ

1. การสื่อความคิดในเรื่องที่เป็นความจริงซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ การสื่อความคิดประเภทนี้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาถกเถียงมากนัก เนื่องจากการอธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นจริงด้วยเหตุผลและสามารถพิสูจน์ได้

2. การสื่อความคิดในเรื่องที่เกี่ยวกับคุณค่าต่างๆ ซึ่งสามารถก่อให้เกิดการยอมรับในคุณค่าเหล่านั้นได้ การสื่อความคิดประเภทนี้ก็คือ การชักจูงให้คล้อยตาม

จากแนวคิดของ David J.Elliott นักปรัชญาดนตรี ได้ให้มุมมองของกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการฟังไว้ว่า การฟังและกระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการที่ไม่เป็นอิสระ ซึ่งจำเป็นต้องไปเกี่ยวข้องกับบริบทของความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการได้ยิน(context dependent process) ซึ่งสิ่งที่เราได้ยินได้ฟังมันเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน และในการรับข้อมูลเกี่ยวกับการฟังของมนุษย์นั้นไม่มีข้อจำกัด เราไม่สามารถรับรู้ข้อมูลทุกสิ่งทุกอย่างได้ในฟังครั้งเดียว การฟังและการรับรู้ของมนุษย์นั้นมีขอบเขตจำกัด แต่ในความเป็นจริงสมองของมนุษย์สามารถรับเสียงได้ทุกเสียง สมองของมนุษย์ไม่ได้ทำงานทีละภาคส่วน แต่ทุกส่วนของสมองทำงานพร้อมกัน ดังนั้นขณะที่มนุษย์กำลังรับรู้ถึงกระบวนการฟังต่าง ๆ นั้นสมองก็จะช่วยในการคัดสรรข้อมูลในขั้นต้น โดยพิจารณาจากสิ่งที่ปรากฏในด้านความตั้งใจ(attention) ความตระหนัก (awareness) ตลอดจนการทบทวน(produce revise) ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อการตัดสินใจในการรับการสื่อสารนั้น ๆ แต่ทั้งนี้ ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นต่อกระบวนการดังกล่าวขึ้นอยู่กับบริบทของประสบการณ์ในแต่ละคนด้วย

จากแนวคิดดังกล่าวเห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ของดนตรีเป็นตัวสื่อสารไปยังผู้รับสาร โดยการแปลผลจากสิ่งที่ได้รับมาและส่งผ่านไปยังสมอง และส่งผลทางด้านจิตใจของผู้รับสารเป็นผู้เลือกที่จะรับหรือไม่รับ แต่ปัจจัยอีกอย่างในการตัดสินใจของผู้รับสารนั้นไม่สามารถละเลยบริบททางสังคม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถเป็นตัวสร้างการตัดสินใจในการรับสารได้เช่นกัน

กรมสุขภาพจิตได้เสนอบทความเรื่อง ดนตรี-คณิตศาสตร์ทางอารมณ์ (Music-Mathematics of Feeling) ประจำวันที่ 26 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2547 ความว่า ความมหัศจรรย์ของดนตรีกับมนุษยชาติ ได้มีบทพระราชนิพนธ์ตอนหนึ่งทางด้านดนตรีของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ว่า “ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก” เป็นข้อความที่เราชาวไทยทั้งหลายคุ้นเคยกันดี ซึ่งในบริบทของกรมสุขภาพจิต ได้มีการนำดนตรีมาใช้เพื่อการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาทางสุขภาพจิตมาเป็นระยะเวลาพอสมควร มีหลักฐานบางส่วนที่เป็นรายงานการศึกษาผลของดนตรีต่อการบำบัดทางจิตไว้ ในปัจจุบันมีการนำดนตรีมาใช้บำบัดโรคต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งโรคทางกายและทางจิตเวช ดนตรีเป็นศิลปะที่แปลกที่สุดที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นมาเมื่อเทียบกับการวาดภาพ การแต่งกลอน การแกะสลักรูปปั้น ถือได้ว่าดนตรีมีผลต่ออารมณ์ของมนุษย์และเป็นไปอย่างมหัศจรรย์ยิ่ง

ปัจจุบันดนตรีถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนทุกคนก็ว่าได้ ไม่ว่าจะเพศไหน วัยใดหรือชนชาติใดก็ผูกพันกับดนตรีกันทั้งสิ้นรวมทั้งประเทศไทยด้วย ดนตรีเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลง เล่นดนตรี นอกจากจะเป็นการผ่อนคลายจากความเครียด

จากการทำงาน หรือความวุ่นวายในสังคมเมืองแล้ว ยังสามารถเป็นกิจกรรมเสริมสำหรับเด็กเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับสิ่งเสพติดด้วย รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามาส่งเสริมกิจกรรมการเล่นดนตรีเพื่อปลูกฝังสิ่งดีๆ ให้กับวัยรุ่นในปัจจุบัน เช่น มีกิจกรรมการแข่งขันดนตรีด้านยาเสพติด การแข่งขันร้องเพลง และการประกวดวงดนตรีต่างๆ

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้เกิดร้านจำหน่ายเครื่องดนตรีสากลขึ้นอย่างมากมายและมีการแข่งขันกันสูง ทำให้ร้านจำหน่ายเครื่องดนตรีสากลต้องดำเนินแผนการให้บริการเหนือกว่าคู่แข่งอื่น เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการของตนเองมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่สนใจในการนำไปประยุกต์ใช้ หรือปรับปรุงการจัดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในวงนครเขมขอมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

## สมมุติฐานของการวิจัย

ผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องดนตรีสากลในวงนครเขมขอม ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในวงนครเขมขอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็งนครเขมมจำนวน 400 คน (คาดประมาณจากข้อมูลจำนวนสมาชิกลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ ปี พ.ศ.2550 ของบริษัท เพชรสยามซาวด์ แอนด์ ไลท์ติ้ง จำกัด)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องดนตรีในเว็งนครเขมม เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 196 คน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

#### 2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์แบ่งออกเป็น

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) อาชีพ
- 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็งนครเขมมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่

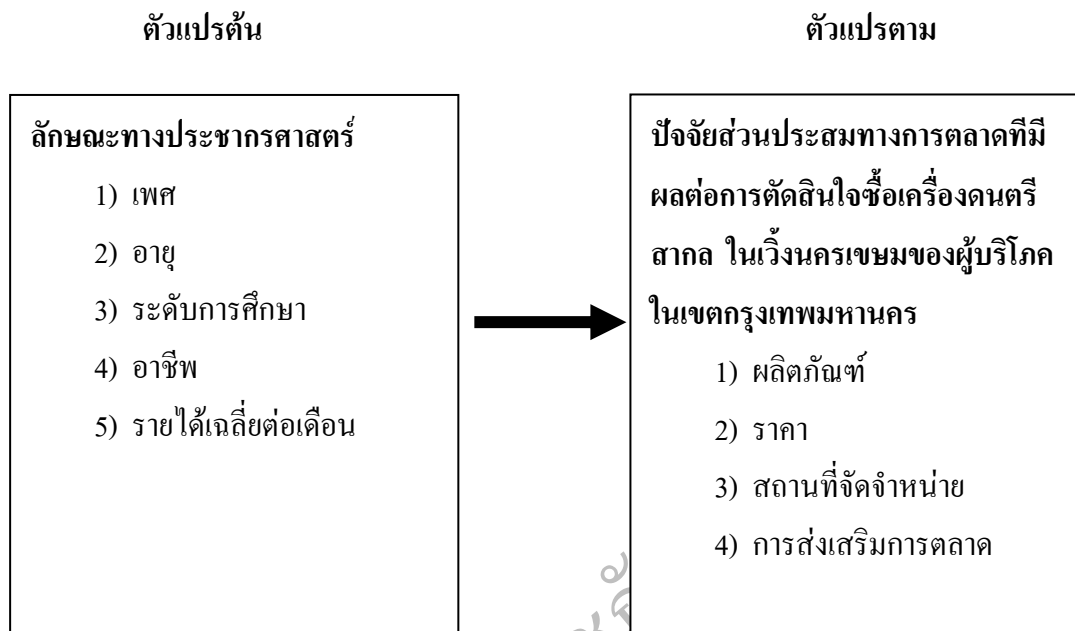
- 1) ผลิตภัณฑ์
- 2) ราคา
- 3) สถานที่จัดจำหน่าย
- 4) การส่งเสริมการตลาด

2.2 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็งนครเขมมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 3. ระยะเวลาในการศึกษา

ดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ.2551

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น เพศชาย และเพศหญิง
- อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม
- อาชีพ หมายถึง งานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำประจำ โดยได้คำตอบแทน หรือได้จากผู้ปกครอง

จากผู้ปกครอง

- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง เงินได้จากเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าแรง รวมทั้งรายได้อื่นๆ ในแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง

- ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในวงนักรวมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ด้านราคา หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในวงนักรวมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ด้านสถานที่จัดจำหน่าย หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในวงนักรวมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลในวงนักรวมของผู้บริโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภค (customer) หมายถึงผู้ซื้อและใช้เครื่องดนตรีสากลในวงนักรวมจังหวัดกรุงเทพมหานคร

เครื่องดนตรีสากล หมายถึง เครื่องดนตรีที่รู้จักและมีการใช้กันแพร่หลายทั่วโลกโดยมีการประดิษฐ์คิดค้นและสร้างขึ้นโดยชนชาติต่างๆ นำไปเล่นหรือแสดงแล้วได้รับความนิยม เครื่องดนตรีแบ่งออกเป็น 5 ชนิด ได้แก่ 1) เครื่องสาย เช่น ไวโอลิน ไวโอล่า เชลโล เบส พิณฝรั่ง กีตาร์ แมนโดลิน แบนโจ และลูต 2) เครื่องเป่า เช่น ขลุ่ยธรรมดา ขลุ่ยพิเศษ ปี่โอโบ ปี่อังกฤษ ปี่คลาริเน็ต ปี่บาสซูน และปี่แซ็กโซโฟน 3) เครื่องเป่าทองเหลือง เช่น ฮอรั่น ทรัมเป็ต คอร์เน็ต บูเกิล ทรอมโบล ทูบา และซูซาโฟน 4) เครื่องตี เช่น กลองทิมปานี กลองเบสและกลองเทเนอร์ กลองกลุ่มและฉาบ กลองเบ็ดเตล็ด ระฆังหลอด ระนาดฝรั่ง ระฆังเหล็กสามเหลี่ยม กลองเล็ก และฆ้อง 5) เครื่องดีด-เคาะ เช่น เปียโน และหีบเพลงชัก

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในวงนักรวมของผู้บริโภค
2. ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในวงนักรวมของผู้บริโภค

3. เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจ นำผลไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี