

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลงผ่านเว็บไซต์ ของบริษัท ค่ายเพลง Love is มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ที่ตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลงของบริษัทค่ายเพลง Love is ผ่านเว็บไซต์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลงผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลงผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบริษัทค่ายเพลง Love is โดยการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในรูปแบบของการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR PC นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติแบบ t-test, F-test, One-Way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 23 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก เป็นนักเรียน/นักศึกษา ในจำนวนที่มากที่สุด โดยมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน

ทางด้านของพฤติกรรมการฟังเพลงและการดาวนโหลดเพลงของกลุ่มตัวอย่างนั้น โดยส่วนใหญ่ชอบฟังเพลงแนว POP มากที่สุด โดยมีค่ายเพลงที่นิยมชมชอบคือ ค่ายแกรมมี่ เป็นอันดับ 1 และกัค่ายเพลงที่วัยรุ่นนิยมดาวนโหลดเพลงมากที่สุดอีกด้วย โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างมีการดาวนโหลดเพลง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทค่ายเพลง Love is ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อใหม่บ่อยที่สุด เฉลี่ย 3.92 ครั้งต่อสัปดาห์ จากสื่อมวลชน เฉลี่ย 2.99 ครั้งต่อสัปดาห์ และจากสื่อบุคคล เฉลี่ย 2.79 ครั้งต่อสัปดาห์ และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจดาวนโหลดเพลง คือ ปัจจัยทางการบริการดาวนโหลดเพลง โดยมีความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ย 3.61

จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาค่าความแตกต่างและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ พบตัวแปรที่มีความแตกต่างและความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1. อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 และการเปิดรับสื่อใหม่

ยังทำให้เหตุผลในการสนใจเลือกดาวนโหลดเพลงของค่ายเพลง Love is นอกจากการเปิดรับสื่อ
ประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจดาวนโหลดเพลงอย่างมีเหตุผลเพิ่มมากขึ้น

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้นเท่าไร ก็ยิ่งทำให้มีการตัดสินใจ
ดาวนโหลดเพลงของบริษัท ค่ายเพลง Love is มากขึ้น

3. ความแตกต่างจะมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลง ของบริษัทค่ายเพลง
Love is ในด้านการดำเนินงานของบริษัท ด้านการให้บริการดาวนโหลดเพลง ด้านภาพลักษณ์ที่
แตกต่างกัน

4. อาชีพที่แตกต่างกันจะมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลงของบริษัท
ค่ายเพลง Love is ด้านการดำเนินงานของบริษัท ด้านการบริการดาวนโหลดเพลง ด้านการส่งเสริม
กิจกรรมพิเศษ แตกต่างกัน