

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การเลือกช่องทางในการฟังเพลงไทยสากลของผู้บริโภค Gen Y และ Gen Z

ในกรุงเทพมหานคร

**ผู้วิจัย** นายแมนสรวง สุรางค์รัตน์ รหัสนักศึกษา 2591500034 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ ทะเชนทรพรรค์

(2) รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ **ปีการศึกษา** 2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการเลือกช่องทางในการฟังเพลงไทยสากล 2) พฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากล และ 3) เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการเลือกช่องทางในการฟังเพลงไทยสากลของผู้บริโภค Gen Y และ Gen Z ในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 15-35 ปี จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัย คือแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการทดสอบคู่ต่างโดยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกฟังเพลงไทยสากลผ่านช่องทางที่อาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในเงื่อนไขด้านการจดจำของช่องทาง เพราะเป็น “ช่องทางที่ใช้งานง่าย ทำให้จดจำได้ง่าย” 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ฟังเพลงไทยสากลมากกว่า 3 ครั้งต่อวัน ใช้ระยะเวลาในการฟัง 1-2 ชั่วโมงต่อวัน เลือกฟังเพลงไทยสากลผ่านช่องทางยูทูป และ 3) เพศ อายุ และรายได้ของผู้บริโภค Gen Y และ Gen Z ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีการเลือกช่องทางในการฟังเพลงไทยสากลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ** การเลือกช่องทาง การฟังเพลงไทยสากล Gen Y Gen Z

**Thesis title:** Channels Selection Behavior for Listening to Modern Thai Music of Gen Y and Gen Z Consumers in Bangkok

**Researcher:** Mr. Mansuang Surangkaratana; **ID:** 2591500034;

**Degree:** Master of Communication Arts;

**Thesis advisors:** (1) Paiboon Kachentaraphan, Associate Professor;

(2) Theerarux Photisuvan, Associate Professor; **Academic year:** 2018

### Abstract

The objectives of this research were to study 1) channels which Gen Y and Gen Z consumers in Bangkok usually choose for listening to modern Thai music; 2) their listening behavior; and 3) the relationships between demographic factors and consumers' selection of channels for listening to modern Thai music.

This was a survey research. The sample group was 400 residents of Bangkok age between 15-35 years old, the sample was chosen through multi-stage sampling method. Data was collected using questionnaire and statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t test, ANOVA and LSD.

The results showed that 1) Most of the sample listened to modern Thai music on an Internet based platform. The majority strongly agreed with the conditions of recollection of listening channels and they most strongly agreed that "channels that are easy to use are easy to recollect." 2) Most of the samples listened to modern Thai music more than 3 times a day and listened for 1-2 hours per day. They mostly chose to listen on Youtube. 3) There was a statistically significant ( $p > 0.05$ ) difference between the variable of sex, age group, and income group of Gen Y and Gen Z consumers in Bangkok and their selection of channels for listening to modern Thai music.

**Keywords:** Channel selection behavior, Thai pop music, Gen Y, Gen Z