

การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิก วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

Study on Behavioral Factors Relating to Demand for Attending Classical Music Concerts of Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra

พลอยไพลิน พงษ์ศิริแสน (Ploypailin Pongsirisan)*

ธีระวัฒน์ จันทิก (Thirawat Chantuk)**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกของผู้บริโภคที่สัมพันธ์ต่อวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และไม่มีรายได้ และ 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิก พิจารณาจาก วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิกเลือกจากความชื่นชอบโปรแกรมการแสดง วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดนตรีคลาสสิกเลือกจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Website Facebook Line เป็นต้น สถานที่จัดการแสดงเลือกจากวันและเวลาที่จัดการแสดง การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) เลือกจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Website Facebook Line เป็นต้น รูปแบบการแสดงเลือกจากโปรแกรมการแสดง บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิกเลือกจากวาทยกรหรือศิลปินหรือวงดนตรี วิธีการสำรองที่นั่งเข้าชมดนตรีคลาสสิกเลือกจากผ่านช่องทางเว็บไซต์ของผู้จัดการแสดง ความพึงพอใจหลังจากเข้าชมดนตรีคลาสสิกเลือกจากภาพรวมของคอนเสิร์ตการแสดง

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนามีความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิก วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสาร สถานที่จัดการแสดง การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) รูปแบบการแสดง บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิก

* นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student in Master of Arts Program in Public and Private Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Asst. Prof. Dr. faculty of management science, Silpakorn University, THAILAND

วิธีการสำรวจที่เน้น และความพึงพอใจหลังจากเข้าชมมีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิก, วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

Abstract

This research aims to study demographic and behavioral quantity of consumers relevant with Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra. Population in this research is sample of 400 people. Questionnaire is used in the process. Statics used in the process are percentage, mean and Chi-square.

The result indicates that – 1.) Demographically, the majority of consumers is woman, single, aged between 15 - 24, being under-graduated student and hasn't got income. 2.) Behaviorally, factors that affects consumers' decision to attend classical music concert, In each aspect, are as followed –Objective with program of the concerts, Accessibility to the information of the concerts with the internet (Website, Facebook and Line, for instance), Concert venue with date and time, Promotion (public relation and advertisement) with the internet such as Website, Facebook and Line, Performance with type of performance, Personal invitation with conductors, artists and the ensembles, Reservation with website, Satisfactory with overall concerts.

According to the sample (consumers of Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra), behavioral factors of decision relates to demand for attending classical music concerts with statistical significance of 0.5, and they comprises :- Objective to attend the concerts, Accessibility to information, Concert venue, Promotion (public relation and advertisement), Type of performances, Personal invitation, Procedure of reservation and Satisfactory of the concerts.

Keywords: Behavior, Demand for Classical Music Concert, Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra

บทนำ

ดนตรีคลาสสิก หรือที่เรียกกันว่า ดนตรีอมตะ เป็นศิลปศาสตร์ชั้นสูง เพราะลักษณะของดนตรีจะมีความแปลกแตกต่างจากสมัยนิยม และเป็นดนตรีที่มีการพัฒนามาอย่างยาวนานจนมีรูปแบบที่แน่นอน ซึ่งดนตรีคลาสสิกประเภทดังกล่าวนี้จะมีความประณีตละเอียดอ่อนและลึกซึ้งมากกว่าดนตรีประเภทอื่น นอกจากนี้ดนตรีคลาสสิกยังคงมีลักษณะที่แตกต่างจากดนตรีพื้นเมืองเดิม เพราะดนตรีคลาสสิก คือ ดนตรีที่ถูกสร้างสรรค์หรือ

ประพันธ์ขึ้นมาตามกฎเกณฑ์ทางการประพันธ์ของดนตรีในแต่ละยุคแต่ละสมัยทางประวัติศาสตร์ดนตรีที่แตกต่างกัน จึงทำให้ลักษณะของดนตรีคลาสสิกเป็นศิลปะที่มีรูปแบบของดนตรีซับซ้อนตั้งแต่ทำนอง จังหวะและองค์ประกอบอื่นๆ ที่แตกต่างจากดนตรีพื้นบ้านเดิม จึงทำให้ผู้ฟังดนตรีประเภทนี้จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจถึงความซาบซึ้งจากการฟังดนตรีคลาสสิกที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน (ณรุทธ์ สุทธจิตต์, 2554)

การฟังดนตรีคลาสสิกถือเป็นศาสตร์หนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเสียงโดยตรงและเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการพัฒนารสนิยม ค่านิยม และบุคลิกภาพ เป็นต้น อีกทั้งการฟังดนตรีคลาสสิกยังเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องหรือมองเห็นได้ แต่จะรับรู้การฟังผ่านความรู้สึก ความนึกคิด จนกลายเป็นความลึกซึ้ง ซาบซึ้ง ซึ่งส่วนมากจะขึ้นอยู่กับเจตคติของผู้ฟังที่มีความต้องการหรือความเต็มใจที่จะมาฟังดนตรีของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ฟังดนตรีคลาสสิกแต่ละคนและภูมิหลังของแต่ละประเทศที่มีลักษณะแตกต่างกัน (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551)

ในแถบประเทศยุโรปมีจำนวนผู้ฟังดนตรีคลาสสิกเป็นจำนวนมากที่มองเห็นคุณค่าในดนตรีคลาสสิกได้อย่างลึกซึ้ง จึงได้มีการจัดคอนเสิร์ตการแสดงดนตรีคลาสสิกขึ้นในสถานที่ต่างๆ เช่น หอประชุมใหญ่ ห้องโถงขนาดใหญ่ และสถานที่แสดงดนตรีกลางแจ้ง เป็นต้น มีการกำหนดหรือจัดโปรแกรมการแสดง ที่บอกถึงรายละเอียดของการแสดงไม่ว่าจะเป็น บทเพลง บทประพันธ์ วาทยากร นักดนตรี วันเวลาและสถานที่จัดการแสดง เป็นต้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้ฟังที่สนใจดนตรีคลาสสิกสามารถเข้ารับฟังการแสดงดนตรีในบทเพลงดนตรีคลาสสิกที่ตนเองชื่นชอบได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังช่วยสร้างความบันเทิงและผ่อนคลายให้กับผู้ฟังดนตรีคลาสสิกด้วย นอกจากนี้ ดนตรีคลาสสิกในต่างประเทศยังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากอย่างต่อเนื่อง (มลลัฏฐ วิโรจน์ไตรรัตน์, 2549) ยกตัวอย่าง ผู้ฟังดนตรีคลาสสิกบนเกาะแวนคูเวอร์ เมืองวิกตอเรีย รัฐบริติชโคลัมเบีย ประเทศแคนาดา มีการจัดงานเทศกาลแห่งการแสดงคอนเสิร์ตเพลงซิมโฟนีกลางแจ้ง ซึ่งเป็นการแสดงดนตรีกลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในทวีปอเมริกาเหนือมีผู้ชมเข้าร่วมชมการแสดงจำนวน 50,000 คน เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรของเมืองวิกตอเรียที่มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 78,659 คน ซึ่งถือเป็นสัดส่วนจำนวนผู้ชมดนตรีคลาสสิกที่เกินครึ่งของจำนวนประชากรทั้งหมดของเมืองแห่งนี้ (วันชัย ตันติวิทวิทยาทักษ์, 2555)

สำหรับประเทศไทยผู้ฟังดนตรีคลาสสิกได้รับความนิยมในหมู่นักดนตรีจำนวนหนึ่ง ซึ่งถือว่ามีจำนวนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศโดยเฉพาะในแถบยุโรป เพราะการรับรู้เรื่องดนตรีคลาสสิกของคนในสังคมไทยส่วนใหญ่ในอดีตยังมีความคิดที่ว่า การฟังแนวเพลงประเภทดังกล่าวนี้นี้จะต้องมีรสนิยมที่สูง หัวสูง หรือมีการศึกษาที่สูง หรือที่เรียกกันว่าพวก “ไฮโซ” จึงทำให้คนทั่วไปไม่กล้าที่จะฟังดนตรีคลาสสิก หรือมองว่าดนตรีคลาสสิกเป็นของพวกชนชั้นสูง แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันของสังคมไทยดนตรีคลาสสิกได้เริ่มแพร่กระจายจากชนชั้นสูงมาสู่ชนชั้นกลาง ซึ่งเห็นได้จากการนำเพลงดนตรีคลาสสิกมาเปิดในสถานที่ต่างๆ มากขึ้น เช่น ร้านอาหาร งานนิทรรศการ และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ถือได้ว่าประสบความสำเร็จที่ทำให้คนชนชั้นกลางเริ่มรู้จักนิยมฟังเพลงดนตรีคลาสสิกมากขึ้น (วีรยา ปราบพยัคฆ์, 2553) นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของดนตรีคลาสสิกเป็นอย่างมาก โดยเริ่มต้นจากการปลูกฝังฐานผู้ฟังดนตรีคลาสสิกที่เริ่มต้นขึ้นจากเยาวชน จึงทำ

ให้มหาวิทยาลัยหลายๆ แห่งในประเทศไทยได้ตัดสินใจเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับดนตรีคลาสสิก ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน (วิชญ ชาติหัตถกร, 2554)

สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาได้กลายเป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาภายใต้การกำกับของรัฐตามพระราชบัญญัติสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา พ.ศ. 2555 ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรดุริยางคศาสตร์บัณฑิต ที่ดำเนินการมุ่งพัฒนาศักยภาพเยาวชนดนตรีของประเทศไทยให้มีความเป็นเลิศเฉพาะทางด้านดนตรีคลาสสิกผ่านการเรียนการสอนทั้งวิชาทักษะและวิชาดนตรีแบบบูรณาการอย่างสมบูรณ์ และสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ยังได้เล็งเห็นความสำคัญของดนตรีคลาสสิกกับการให้บริการวิชาการแก่ชุมชน สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อย่างต่อเนื่องจึงได้จัดตั้ง “โครงการวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา” ขึ้นในปี พ.ศ. 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและพัฒนาทักษะความสามารถเป็นเลิศทางด้านดนตรีของนักดนตรีเยาวชนไทยในการบรรเลงร่วมกันในวงออร์เคสตราหรือที่เรียกว่าวงดุริยางค์เยาวชน ซึ่งจะเป็ประสบการณ์ในการเรียนรู้ของนักดนตรีเยาวชนและเป็นการเปิดโอกาสให้ครอบครัวของนักดนตรีที่เป็นเยาวชน อีกทั้งสาธารณชนทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงหรือเข้าฟังดนตรีคลาสสิกได้มากขึ้น โดยผ่านการชมการแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาที่มีการจัดการแสดงคอนเสิร์ตเป็นฤดูกาลอย่างต่อเนื่องจนก้าวเข้าสู่ปีที่ 3 (สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา, 2557)

แต่อย่างไรก็ตามการจัดการจัดคอนเสิร์ตการแสดงดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาที่ผ่านมามีคนเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกไม่มากนักและเป็นกลุ่มผู้ฟังดนตรีคลาสสิกวัยเด็กที่เคยเข้าฟังดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเป็นประจำ ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากประเทศไทยไม่ค่อยให้ความสำคัญกับดนตรีคลาสสิกมาก โดยเฉพาะในโรงเรียนที่ไม่ได้ปลูกฝังการเรียนดนตรีคลาสสิกไว้ในหลักสูตรตั้งแต่เป็นเยาวชน จึงทำให้ฐานการตลาดของผู้ฟังดนตรีคลาสสิกในประเทศไทยมีจำนวนน้อยและอยู่ในเฉพาะกลุ่มที่จำกัด อีกทั้ง ดนตรีคลาสสิกยังไม่ได้ได้รับความนิยมหรือความสนใจจากเยาวชนและบุคคลทั่วไปเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังดนตรีคลาสสิกในประเทศไทยที่มีจำนวนน้อยและอยู่ในเฉพาะกลุ่มที่จำกัด จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

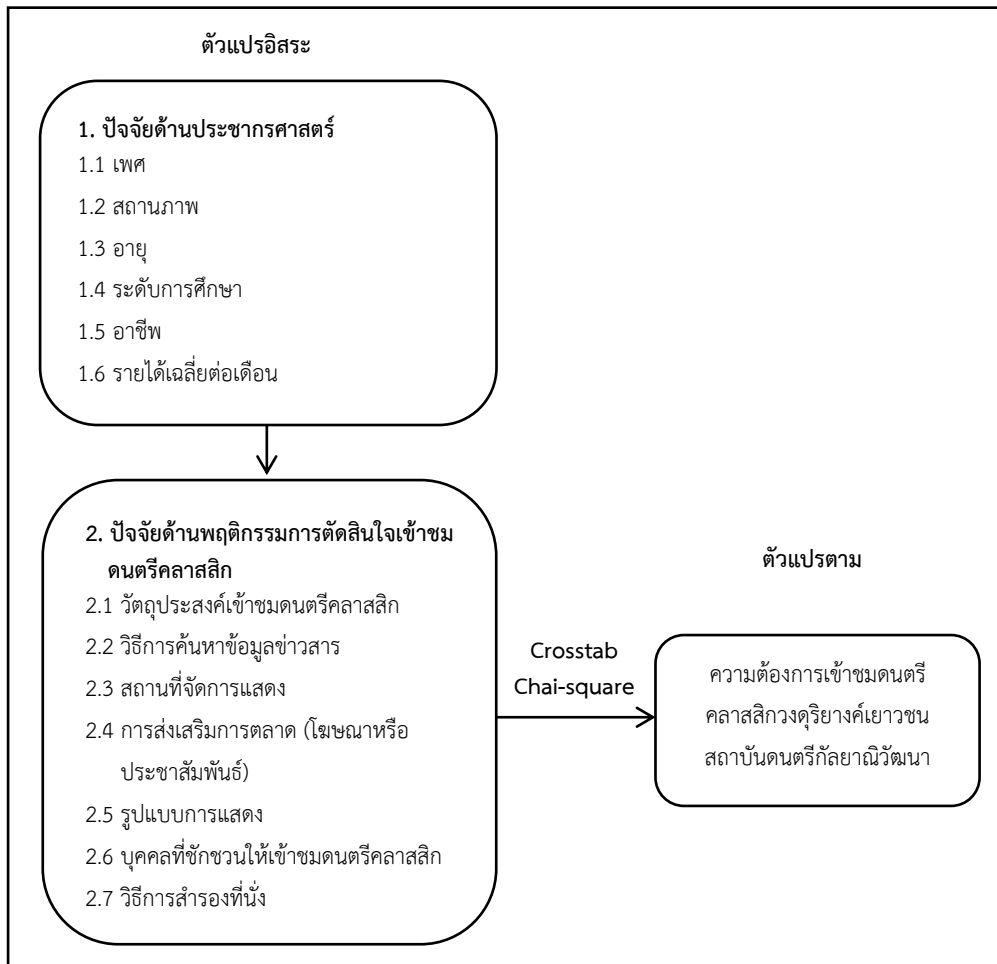
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีต่อวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกพบว่า มีพฤติกรรมหลายปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี

กัลยาณิวัฒนา ดังกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ จึงได้แสดงอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ เพื่อนำมาศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของงานวิจัย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิก ได้แก่ วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิก วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสาร สถานที่จัดการแสดง การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) รูปแบบการแสดง บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิก วิธีการสำรองที่นั่ง และความพึงพอใจหลังจากเข้าชม สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบลักษณะทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีต่อวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา
2. ทราบปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ซึ่งไม่ทราบค่าประชากรที่แน่นอน ส่วนการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ที่ตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ซึ่งใช้การคำนวณตามแนวคิดของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน
2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ
 - 2.1 ตัวแปรอิสระที่ศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัยการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา แบ่งเป็นปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิก
 - 2.2 ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรที่แปรเปลี่ยนค่าตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยแหล่งข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัย ดังนี้
 - 3.1 ข้อมูลทั่วไปของวงดุริยางค์เยาวชน
 - 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ขอบเขตด้านพื้นที่
พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา และสถานที่ต่างๆ ที่วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาไปจัดการแสดงดนตรีคลาสสิก

วิธีการวิจัย

1. การกำหนดประชากร
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ซึ่งไม่ทราบค่าประชากรที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวนทั้งหมด 400 คน
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
 - 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนด การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close end) และ

ปลายเปิด (Open end) เพื่อนำไปใช้ในแบบสอบถาม เรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา” โดยผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายปิด (Close – End Response Question) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย

ข้อที่ 1 ได้แก่ เพศ เป็นคำถามแบบ 2 ตัวเลือก โดยให้เลือกตอบคำตอบเดียว (Dichotomous Question)

ข้อที่ 2 - 6 ได้แก่ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบให้เลือกคำตอบเดียว (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา เป็นแบบสอบถามให้เลือกคำตอบเดียว (Multiple Choice Question) และเป็นคำถามปลายปิด (Close – End Response Question) จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย

ข้อที่ 1 ได้แก่ วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิก

ข้อที่ 2 ได้แก่ วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสาร

ข้อที่ 3 ได้แก่ สถานที่จัดการแสดง

ข้อที่ 4 ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์)

ข้อที่ 5 ได้แก่ รูปแบบการแสดง

ข้อที่ 6 ได้แก่ บุคคลที่ชักชวนมาชมดนตรีคลาสสิก

ข้อที่ 7 ได้แก่ วิธีการสำรองที่นั่ง

ข้อที่ 8 ได้แก่ ความพึงพอใจหลังจากเข้าชม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์ความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง

2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และบทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างเครื่องมือให้ตรงและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2) สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้มีคำถามครอบคลุมกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อชัดเจนและถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม ความชัดเจน และครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการวิจัย และนำแบบสอบถามกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะให้เรียบร้อยก่อนที่จะนำไปลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ โดยเก็บตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มเป็นลำดับขั้น ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ (ณรงค์ โพธิ์พฤกษ์นันท์, 2557)

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสถานที่เก็บกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาจากบริเวณหลัก คือ สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ซอยอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร และสถานที่ต่างๆ ที่วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาไปจัดการแสดงดนตรีคลาสสิก

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ณ วันที่ทำการเก็บข้อมูลจนได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนด

ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่เกิดจากการลงพื้นที่ภาคสนามในการเก็บแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลจากผู้เข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา จำนวน 400 คน ในบริเวณสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาและสถานที่ต่างๆ ที่วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาไปจัดการแสดงดนตรีคลาสสิก โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้แจกแบบสอบถามด้วยตนเอง เป็นระยะเวลา 60 วัน และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่อยู่ในรูปแนวคิดและทฤษฎี ที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เป็นบทความทางวิชาการ วารสาร เอกสารสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถาม และตรวจสอบจำนวนแบบสอบถามที่จะนำไปใช้ในการสอบถามกลุ่มตัวอย่างในภาคสนามว่ามีจำนวนครบหรือไม่ 2) การลงเลขรหัส (Coding) ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วมาลงเลขรหัส (Coding) เพื่อเตรียมบันทึกข้อมูลรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน 3) การประมวลข้อมูล (Processing) เป็นการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบข้อมูลและการลงเลขรหัสแล้วมาดำเนินการบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆ ต่อไป 4) การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาด้วยวิธีการค่าสถิติไค – สแควร์ (Chi – Square) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติต่างๆ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) คือ การอธิบาย บรรยาย และสรุป ข้อมูลที่เป็นตัวเลข (Numerical Data) ที่ถูกเก็บรวบรวมมาจาก

กลุ่มตัวอย่างและไม่สามารถอ้างอิงลักษณะประชากรได้ ซึ่งการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจะเป็นการใช้หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งคำนวณจากสูตรได้ดังนี้ (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2548) 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากร ซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปใช้อ้างอิงถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ โดยการใช้การทดสอบสมมติฐาน ที่มีการตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) 3) การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย จะเกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร 2 ตัวแปร เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยจะยอมรับ H_0 (เมื่อค่า P - value > 0.05) คือ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือไม่ส่งผลต่อกัน และยอมรับ H_1 (เมื่อค่า P - value ≤ 0.05) คือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือ ส่งผลต่อกัน 4) การทดสอบค่าสถิติไค - สแควร์ (Chi - Square) เป็นการทดสอบหาความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรจำนวน 2 ตัวแปร เป็นดังสูตรต่อไปนี้ (สรชัย พิศาลบุตร, 2555)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

และ 5) การหาค่าสัมประสิทธิ์คราเมอร์วี (Cramer's V) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ตัวแปร คือ ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรอิสระ ว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับมากน้อยเพียงใด ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์คราเมอร์วีจะมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยค่าสัมประสิทธิ์คราเมอร์วีมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า ค่าของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ส่วนค่าสัมประสิทธิ์คราเมอร์วีมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า ค่าของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์มากหรือมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ การหาค่าสัมประสิทธิ์คราเมอร์วี เป็นดังสูตรต่อไปนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551)

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{N \cdot \text{Minimum}(r - 1 \text{ or } c - 1)}}$$

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัยในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบ โดยมีการเรียงลำดับผลของการวิจัย ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านปัจจัยประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์

ข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์	จำนวน (n = 400 คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	186	46.50
- หญิง	214	53.50
2. สถานภาพ		
- โสด	256	64.00
- สมรส	134	33.50
- หย่า หรือ หม้าย	10	2.50
3. อายุ		
- ต่ำกว่า 15 ปี	31	7.80
- ระหว่าง 15 – 24 ปี	125	31.30
- ระหว่าง 25 – 34 ปี	62	15.50
- ระหว่าง 35 - 44 ปี	46	11.50
- ระหว่าง 45 – 54 ปี	82	20.50
- 55 ปีขึ้นไป	54	13.50
ข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์	จำนวน (n = 400 คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
- ประถมศึกษา	15	3.80
- มัธยมศึกษาตอนต้น	20	5.00
- มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	46	11.50
- ปวส. หรือ อนุปริญญา	3	0.80
- ปริญญาตรี	217	54.30
- ปริญญาโท	85	21.30
- ปริญญาเอก	14	3.50
- อื่นๆ	0	0.00
5. อาชีพ		
- นักเรียน หรือ นักศึกษา	144	36.00
- รับราชการ	27	6.80
- รัฐวิสาหกิจ	2	0.50
- พนักงานบริษัทเอกชน	60	15.00
- ธุรกิจส่วนตัว	73	18.30
- เกษียณอายุ	33	8.30

- แม่บ้าน	11	2.80
- อื่นๆ	50	12.50
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ไม่มีรายได้	122	30.50
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	37	9.30
- 10,001 – 30,000 บาท	61	15.30
- 30,001 – 60,000 บาท	121	30.30
- 60,001 – 80,000 บาท	23	5.80
- 80,001 – 100,000 บาท	13	3.30
- 100,001 บาท ขึ้นไป	23	5.80

ที่มา : จากการสำรวจของผู้วิจัย

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกล้วยาณวัฒนา ทั้งหมดจำนวน 400 คน พบว่า

เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50

สถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ สถานภาพหย่า หรือ หม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

อายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 45 – 54 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 25 – 34 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมา ได้แก่ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 35 - 44 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 รองลงมา ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รองลงมา ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาเอก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับปวส. หรือ อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน หรือ นักศึกษา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 60 คน คิด

เป็นร้อยละ 15.00 รองลงมา ได้แก่ อาชีพอื่นๆ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รองลงมา ได้แก่ เกษียณอายุ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 รองลงมา ได้แก่ รับราชการ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 รองลงมา ได้แก่ แม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และน้อยที่สุด ได้แก่ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 60,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 รองลงมา ได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 รองลงมา ได้แก่ 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 รองลงมา ได้แก่ 100,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และน้อยที่สุด ได้แก่ 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง

ความคิดเห็นของผู้บริโภค เมื่อมีความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง	จำนวน (n = 400 คน)	ร้อยละ
ต้องการเข้าชม	272	68.00
ไม่ต้องการเข้าชม	128	32.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจของผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ทั้งหมดจำนวน 400 คน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง ซึ่งมีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 ในขณะที่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งไม่มีความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง ซึ่งมีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

3. การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาของกลุ่ม

ตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติ คือ การวิเคราะห์ค่าไค-สแควร์ ดังนี้

ตารางที่ 3 สมมติฐานการวิจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิก	χ^2	P-value	V
4.1 วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิก	23.851	0.002	0.244
4.2 วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	15.361	0.032	0.196
4.3 สถานที่จัดการแสดง	21.386	0.006	0.231
4.4 การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์)	22.150	0.005	0.235
4.5 รูปแบบการแสดง	14.386	0.026	0.190
4.6 บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิก	16.382	0.037	0.202
4.7 วิธีการสำรองที่นั่ง	13.670	0.003	0.185
4.8 ความพึงพอใจหลังจากเข้าชม	9.584	0.048	0.115

ที่มา : จากการสำรวจของผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามรูปแบบการแสดง พบว่า

3.1 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 23.851 และมีค่า P-value = 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ วัตถุประสงค์การเข้าชมดนตรีคลาสสิกสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิกมีความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.244 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3.2 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 15.361 และมีค่า P-value = 0.032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสารสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.196 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3.3 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 21.386 และมีค่า P-value = 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ สถานที่จัดการแสดงสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า สถานที่จัดการแสดงมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.231 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3.4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 22.150 และมีค่า P-value = 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) มีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.235 คือ ความสัมพันธ์กันบ้าง

3.5 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 14.386 และมีค่า P-value = 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ รูปแบบการแสดงสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า รูปแบบการแสดงมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.190 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3.6 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 16.382 และมีค่า P-value = 0.037 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิกมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.202 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3.7 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 13.670 และมีค่า P-value = 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ วิธีการสำรองที่นั่งต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า วิธีการสำรองที่นั่งมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.185 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3.8 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 9.584 และมีค่า P-value = 0.048 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ความพึงพอใจหลังจากเข้าชมต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตาม

รูปแบบการแสดง และเมื่อวัดค่าความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ของคราเมอร์ พบว่า ความพึงพอใจหลังจากเข้าชมมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี ตามรูปแบบการแสดง คิดเป็นร้อยละ 0.115 คือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา” ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการศึกษาลักษณะทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีต่อวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนาส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และไม่มีรายได้ ทั้งนี้ เนื่องจากจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อน อ่อนไหว อ่อนโยนเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นเพศที่รับรู้ถึงความรู้สึกที่อยู่ภายใต้จิตใจของตนเองได้เป็นอย่างดี มากกว่าผู้ชาย และเมื่อได้ฟังดนตรีคลาสสิกหรือดนตรีทุกประเภทที่ตนเองชื่นชอบ พอใจ จะทำให้เพศหญิงรับรู้ถึงความรู้สึกที่ไพเราะ ซาบซึ้งในบทเพลงได้อย่างรวดเร็วและเกิดอารมณ์คล้อยตามหรือเกิดความสนุกสนานร่วมกับบทเพลงที่ได้รับฟัง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีช่วงอายุ ระหว่าง 15 – 24 ปี หรืออยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน จึงทำให้มีความสนใจที่จะเข้ามาศึกษา เรียนรู้ และมาร่วมชมร่วมฟังการแสดงดนตรีคลาสสิกในช่วงที่มีเวลาว่างได้อยู่ตลอดเวลา ส่วนเรื่องของรายได้ต่อเดือนผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาจึงยังไม่มีรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสิทธิ์ ศรีประเสริฐ (2554) ได้ศึกษา พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา อยู่ระหว่างศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 2,500 บาท ซึ่งได้รับค่าใช้จ่ายประจำเดือนจากพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง

2. ผลการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า χ^2 ในเรื่องของปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา จำแนกตามรูปแบบการแสดง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา มีปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิก ได้แก่ วัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิก วิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสาร สถานที่จัดการแสดง การส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) รูปแบบการแสดง บุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิก วิธีการสำรองที่นั่ง และความพึงพอใจหลังจากเข้าชมที่แตกต่างกันสัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกมีวัตถุประสงค์เข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี วิทยาลัยพัฒนาที่แตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนมีบุคลิก ลักษณะ ความชื่นชอบ ความพึงพอใจ และรสนิยมในแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น ชื่นชอบโปรแกรมการแสดงและมีวิทยากรหรือผู้อำนวยเพลงเป็นบุคคลที่มีฝีมือการแสดงระดับโลก หรือชื่นชอบศิลปินเดี่ยวที่เป็นดารา และชื่นชอบการแสดงของนักดนตรีหรือวงดนตรี เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิดา ฉวีวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) พบว่า ผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) มีการคาดหวังด้านเนื้อหาการแสดง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแสดงดนตรีมีความชื่นชอบในตัวศิลปินหรือวง

2.2 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกมีวิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีวิทยาลัยพัฒนาแตกต่างกัน เช่น ค้นหาผ่านทางโทรทัศน์ ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ การประชาสัมพันธ์ของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีวิทยาลัยพัฒนา เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนมีวิธีการค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันจึงทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแสดงดนตรีมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง โทรทัศน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิดา ฉวีวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) พบว่า ผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง โปสเตอร์

2.3 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกตัดสินใจเลือกสถานที่จัดการแสดงแตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนมีการพิจารณาสถานที่จัดการแสดงสำหรับเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่ต่างกัน เช่น ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกบางคนตัดสินใจเข้าชมการแสดง เพราะสถานที่จัดการแสดงมีขนาดที่เหมาะสมพอเหมาะ และเพียงพอสำหรับผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกทุกคนที่มีความต้องการเข้าชมการแสดง หรือ ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกบางคนตัดสินใจเข้าชมการแสดง เพราะการเดินทางคมนาคมขนส่งสะดวก มีป้ายบอกทางมายังสถานที่จัดการแสดงที่ชัดเจน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัย นิธิธนวิจิต (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อพื้นที่จัดการแสดงในเรื่องของขนาดและบริเวณห้องจัดการแสดง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวดี ส่างองกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแสดงดนตรีต่อการบริการของหอแสดงดนตรี วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ที่ตั้งของหอแสดงดนตรีมีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้ง่ายต่อการเดินทางมาชมการแสดงดนตรี

2.4 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกตัดสินใจเลือกการส่งเสริมการตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) แตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนได้รับทราบ รับรู้ข้อมูลข่าวสารการส่งเสริม

การตลาด (โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์) จากผู้จัดการแสดงวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาผ่านช่องทางต่างๆ ที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคบางคนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้จัดการแสดงผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต หรือผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกบางคนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้จัดการแสดงผ่านการประชาสัมพันธ์ในคอนเสิร์ตการแสดงของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาโดยตรง เป็นต้น ซึ่งเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ พิสิทธิ์ ศรีประเสริฐ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลี ของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า วัยรุ่นเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีได้รับทราบข้อมูลข่าวสารคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีจากต้นสังกัดของศิลปินผ่านสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิดา ฉวีวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) พบว่า ผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) ผ่านการประชาสัมพันธ์ของโรงละครโดยตรง

2.5 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกตัดสินใจเลือกรูปแบบการแสดงแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนมีพฤติกรรมชื่นชอบการฟังดนตรี รสนิยม และมีความซาบซึ้งกับ ทำนอง จังหวะ เสียงประสาน ของการบรรเลงเพลงที่ได้รับฟังแตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคบางคนตัดสินใจเลือกเข้าชมการแสดงโดยดูจากรูปแบบการแสดงที่เป็นบทเพลงว่าบทเพลงดังกล่าวตนเองรู้จักหรืออยากที่จะเข้าฟัง หรือผู้บริโภคบางคนอาจตัดสินใจเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกซึ่งพิจารณาจาก วาทยากรหรือผู้อำนวยเพลง (Conductor) และ ศิลปินเดี่ยว ว่ามีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของบุคคลที่ฟังดนตรีคลาสสิกหรือไม่ อีกทั้งมีฝีมือการแสดงเป็นที่ยอดเยี่ยมและเป็นที่ยอมรับของคนในวงการดนตรีหรือไม่ เป็นต้น ซึ่งเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ ฤทัย นิธิธนวิจิต (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาการนำเสนอที่มีความเข้าใจง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มงคล รติรุ่งโรจน์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อความพึงพอใจของพนักงานและความพึงพอใจของผู้ชมการแสดงธุรกิจบันเทิงที่บ้าน คณะลิเก ไชยา มิตรชัย พบว่า ผู้ชมการแสดงส่วนใหญ่เข้าชมการแสดงเพราะพึงพอใจลักษณะเฉพาะตัวของพระเอกลิเกที่มีการแสดงที่อ่อนช้อยสวยงาม อีกทั้งมีรูปร่างหน้าตาและบุคลิกดี

2.6 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกตัดสินใจเลือกบุคคลที่ชักชวนให้เข้าชมดนตรีคลาสสิกแตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนตัดสินใจเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกที่อาจมาจากบุคคลรอบข้างที่มีความสนิทสนม เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีชักชวนให้มาเข้าฟังดนตรีคลาสสิก หรืออาจมาจากตัวของ วาทยากรหรือศิลปินเดี่ยวหรือวงดนตรี ที่มีทักษะ ความสามารถ ฝีมือการแสดงที่ดี อีกทั้งรูปร่างหน้าตาส่งผลและเป็นแรงดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ปรินุญปต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีในกลุ่มนักศึกษา พบว่า กลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีนิยมจากกลุ่มเพื่อนหรือญาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบัตรชมการแสดงดนตรีคลาสสิก คือ ศิลปิน โดยพิจารณาจาก ความสามารถ ประสบการณ์ ของศิลปินหรือวงดนตรี

2.7 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกตัดสินใจเลือกวิธีการสำรองที่นั่งแตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนมีความสะดวก และความพร้อมสำหรับการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีวิธีการสำรองที่นั่งแตกต่างกันออกไปตามความสะดวกและความพร้อม ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกอาจตัดสินใจเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกในวันและเวลาดังกล่าวเป็นที่แน่นอน ผู้บริโภคจะใช้วิธีการสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์ของผู้จัดการแสดง หรือผู้บริโภคอาจที่ยังไม่แน่ใจว่าจะมาเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกได้ทันเวลาการแสดงหรือไม่ ผู้บริโภคคนดังกล่าวจะใช้วิธีการสำรองที่นั่งผ่านเคาน์เตอร์วันที่จัดการแสดง (Walk – in) เป็นต้น ซึ่งเปรียบเทียบกับงานวิจัยของทวิศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคการแสดงดนตรีส่วนใหญ่ ซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีที่เคาน์เตอร์บริการมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ปริญญาบุตร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีในกลุ่มนักศึกษา พบว่า กลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีนิยมด้วยวิธีทางอินเทอร์เน็ต

2.8 ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกมีความพึงพอใจหลังจากเข้าชมแตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคดนตรีคลาสสิกแต่ละคนเมื่อได้เข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกจบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้บริโภคก็จะเกิดความประทับใจที่เกิดจากการเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งความประทับใจต่างๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากเข้าชมคอนเสิร์ตการแสดงมักจะมีผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกในครั้งต่อไปที่มีการจัดการแสดง เช่น ผู้บริโภคบางคนประทับใจในภาพรวมของคอนเสิร์ตการแสดงหลังจากเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกไม่ว่าจะเป็นความประทับใจของ สถานที่จัดการแสดง การจัดการและการอำนวยความสะดวกของผู้จัดงาน ความสามารถของวาทยกรหรือผู้อำนวยเพลง (Conductor) ศิลปินเดี่ยว (Soloist) และนักดนตรี เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิตา ฉวีวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) พบว่า ผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์) พึงพอใจหลังจากเข้าชมการแสดงจากความงามของรูปแบบการแสดง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ปริญญาบุตร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีในกลุ่มนักศึกษา พบว่า หลังเข้าชมการแสดงคอนเสิร์ตกลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่พอใจกับศิลปินเกาหลีโดยเฉพาะความสามารถของศิลปิน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการวิจัยการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาสามารถสรุปข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้ จากปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าชมดนตรีคลาสสิก พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตัดสินใจที่สัมพันธ์ต่อความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิก ซึ่งสังเกตได้จากการวิจัยว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตัดสินใจเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกโดยพิจารณาในอันดับแรก คือ การเลือกโปรแกรมการแสดง ซึ่งผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกโปรแกรมการแสดงจากบทเพลงที่วงนำมาแสดงว่าเป็นที่เพลงรู้จัก เคยฟังมาแล้วจากการแสดงของวงอื่นที่จัดการแสดง เป็นต้น ดังนั้น จะ

เห็นได้ว่าการที่ผู้บริโภคร่วมใหญ่จะตัดสินใจมาเข้าชมคอนเสิร์ตการแสดงดนตรีคลาสสิกจะพิจารณาจากโปรแกรมการแสดง ซึ่งถือได้ว่าเป็นข้อเสนอแนะที่ดีสำหรับผู้จัดการแสดงคอนเสิร์ตวงดุริยางค์เยาวชนในอนาคตว่าการกำหนดจัดการโปรแกรมแสดงในครั้งต่อไปในอนาคตผู้จัดการแสดงควรจะต้องมีการพิจารณาบทเพลงที่จะนำมาแสดงเป็นอันดับแรก ว่าบทเพลงดังกล่าวที่นำมาแสดงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของบุคคลที่ฟังดนตรีคลาสสิกโดยเฉพาะและบุคคลทั่วไปที่มาเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิก อีกทั้งควรมีการจัดรูปแบบคอนเสิร์ตการแสดงที่หลากหลายเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายและดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกครั้งที่มีการจัดการแสดงคอนเสิร์ตดนตรีคลาสสิก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา ถ้าต้องการให้ผลวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม เช่น ควรมีการศึกษาถึงความต้องการเข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนวงอื่น และควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยด้านรูปแบบการแสดงดนตรีคลาสสิกใดที่สามารถตอบสนองตรงต่อความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ อีกทั้งควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยใดที่จะเป็นการส่งเสริมและพัฒนางานเพลงดนตรีคลาสสิกให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมนในประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2558). คอนเสิร์ตเฉลิมพระเกียรติ “กัลยาณิวัฒนาคารวาลัย” ครั้งที่ 8. กระทรวงวัฒนธรรม.
- คมสันต์ วงศ์วรรณ. (2551). ดนตรีตะวันตก. กรุงเทพฯ : วี.พริ้นท์ (1991).
- จิราวดี สำอางกิจ. (2552). “ความพึงพอใจของผู้เข้าชมการแสดงดนตรีต่อการบริการของหอแสดงดนตรีวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล.” สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2551). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.
- ณรุทธ์ สุทธจิตต์. (2554). สังคตินิยม : ความซาบซึ้งในดนตรีตะวันตก. (หน้า 14-15). (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : แอคทีฟ พริ้นท์.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท. (2557). ระเบียบวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ทวีศักดิ์ ค่องวัฒนกิจ. (2548). “กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญสม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

- ประกายรัตน์ สุวรรณ. (2548). **คู่มือการใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 12 สำหรับ WINDOWS**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พิสิทธิ์ ศรีประเสริฐ. (2554). “พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาวิดา ฉวีวงศ์. (2551). “การศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา (โจ หลุยส์).” การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มลลัทธิ วิโรจน์ไตรรัตน์. (2549). **ดนตรีคลาสสิก : ดนตรีกับชนชั้น กรณีศึกษานักศึกษา คณะดุริยางค์ศาสตร์ มหาวิทยาลัย. งานวิจัยเฉพาะ. ศิลปศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- มงคล รติรุ่งโรจน์. (2549). “การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อความพึงพอใจของพนักงานและความพึงพอใจของผู้ชมการแสดงธุรกิจบันเทิงพื้นบ้าน คณะลิเก ไชยา มิตรชัย.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการองค์การ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- รุ่งรัตน์ ปริณูปต์. (2554). “พฤติกรรมการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีในกลุ่มนักศึกษา.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ฤทัย นิธิธนวิจิต. (2553). “ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์. (2555). **ดนตรีคลาสสิกให้อะไร. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2559. เข้าถึงได้จาก** <http://www.sarakadee.com/blog/oneton/?p=1256>.
- วีรยา ปราบพยัคฆ์. (2553). “ผลการจัดประสบการณ์แบบโครงการสอดแทรกดนตรีบรรเลงคลาสสิกเพื่อพัฒนาจินตนาการของเด็กปฐมวัย.” การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิษณุ ผาดีหัตถกร. (2554). “ผลของดนตรีคลาสสิกต่อผลสัมฤทธิ์ในการสอบและความวิตกกังวลในการสอบของผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว-แสดงตัว.” การค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2555). **การวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.**
- สถาบันดนตรีกลายาณิวัฒนา. (2557). **รายงานประจำปีงบประมาณ 2557. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.**

ภาษาต่างประเทศ

- Channing, Simon. (2003). *Training the Orchestra Musician*. In Colin Lawson (Ed.), *The Cambridge Companion to the Orchestra*. Cambridge : Cambridge University Press.