

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิง และ บุคลิกภาพหลักห้าด้านของผู้ใช้
สปอทิฟาย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN MUSIC STREAMING BEHAVIOR AND BIG FIVE
PERSONALITY TRAITS OF SPOTIFY USERS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Information Technology in Business

Common Course

FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิง และ บุคลิกภาพหลักห้าด้านของผู้ใช้สเปอทิฟาย
โดย	นายธนิต หงส์พนารักษ์
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เจ้า มงคลนาวิน

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิเลิศ ภูริวัชร)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์มณี รัตนวิชา)
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เจ้า มงคลนาวิน)
..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล อัสสระรัตน์)
..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชนนท์ หงส์วิทธิธรร)

ธนิต หงษ์พนารักษ์ : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิ่ง
และ บุคลิกภาพหลักห้าด้านของผู้ใช้สโปกทิฟาย. (A STUDY OF RELATIONSHIP
BETWEEN MUSIC STREAMING BEHAVIOR AND BIG FIVE PERSONALITY TRAITS
OF SPOTIFY USERS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.จันทรเจ้า มงคลนาวิน

ความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า (Customer Insight) เป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญของทุก
องค์กรธุรกิจ การเข้าใจลูกค้าเชิงลึกจะทำให้องค์กรวางแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้สอดคล้อง
กับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการได้ ลักษณะบุคลิกภาพนั้นเป็นหนึ่งในความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับ
ลูกค้าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง
พฤติกรรมการฟังเพลงผ่านตัวแปรคุณลักษณะของเสียง 9 ตัวแปร ได้แก่ (1) Acousticness (2)
Danceability (3) Energy (4) Instrumentalness (5) Liveness (6) Speechiness (7) Valence
(8) Tempo และ (9) Mode และลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน ได้แก่ (1) เปิดรับประสบการณ์
(2) พิถีพิถัน (3) สนใจต่อสิ่งภายนอก (4) ยินยอมเห็นใจ (5) ไม่เสถียรทางอารมณ์ เก็บข้อมูลด้วย
แบบทดสอบลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน (กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ใช้หรือเคยใช้บริการ
สตรีมมิ่งของสโปกทิฟายภายใน 1 ปีที่ผ่านมาที่อยู่ใน เจเนอเรชัน Z (เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2540 -
2552)) ร่วมกับประวัติการฟังเพลงผ่านบริการสโปกทิฟายในระยะเวลา 3 เดือนล่าสุด ในงานวิจัยนี้
ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันในการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงปริมาณ และใช้
วิธีของแครมเมอร์วี (Cramer's V) วิเคราะห์ตัวแปรเชิงคุณภาพ ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะ
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ Danceability และ Energy
ลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ Liveness และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ
Energy, Instrumentalness และ Tempo ลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกมี
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับ Acousticness และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ Energy Liveness และ
Speechiness ลักษณะบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
Instrumentalness และงานวิจัยนี้ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงและ
ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายและหญิงมีความต่างกัน

สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6181527526 : MAJOR INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS

KEYWORD: audio feature, Big Five personality traits, music preference

Thanit Hongpanarak : A STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN MUSIC STREAMING BEHAVIOR AND BIG FIVE PERSONALITY TRAITS OF SPOTIFY USERS. Advisor: Asst. Prof. JANJAO MONGKOLNAVIN, Ph.D.

Customer insights are essential for every business. Personality traits are the important customer insights that can make a business gain more advantage by understanding them. Business strategies are more effective when customized to fit the customers' insights. The study aims to analyze the relationship between music streaming preference by exploring nine audio features (Acousticness, Danceability, Energy, Instrumentalness, Liveness, Speechiness, Valence, Tempo, and Mode) with Big Five Personality Traits including Openness to Experience, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness and Neuroticism of generation z volunteers who use Spotify in past one year. The result shows a negative correlation between Openness-to-Experience with Danceability and Energy, a positive correlation between Conscientiousness and Liveness, and a negative correlation between Energy and Instrumentalness. Extraversion shows a positive correlation with Acousticness, negative correlation with energy, liveness, and Speechiness. Instrumentalness is the only song feature that has a positive correlation with Neuroticism. The result also found the different relationship between music preference and personality traits between the two genders.

Field of Study: Information Technology in Business Student's Signature

Academic Year: 2020 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. จันทร์เจ้า มงคลนาวิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางในการแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย ถึงแม้ว่าจะเกิดสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 ท่านก็ยังยินดีมอบความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ อย่างเต็มที่จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. พิมพมณี รัตนวิชา ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รศ.ดร. ญัฐพล อัสสระรัตน์ กรรมการวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร. ญัฐชนนท์ หงส์วิทธิธร กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำและให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ทำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร. ชัชพงศ์ ตั้งมณี ที่เป็นผู้มอบความรู้ในระเบียบวิธีในการทำวิจัย รวมทั้งขอขอบพระคุณ อ.ดร. สาวิตรี บุญพัชรนนท์ และ ผศ. ณรงค์ฤทธิ์ อัสวเรืองพิภพ อาจารย์ประจำภาควิชาสถิติที่คอยให้คำปรึกษาเรื่องต่าง ๆ ในด้านสถิติของงานวิจัยนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. ณัตติฤดี เจริญรักษ์ และ อ.ดร. วิโรจน์ จิรพัฒนกุล ที่มอบโอกาสแก่ผู้วิจัยในการประชาสัมพันธ์หาหน่วยตัวอย่างในงานวิทยานิพนธ์นี้ รวมถึงหน่วยตัวอย่างทุกท่านที่สละเวลาในการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ คุณนันท ปานมโนธรรม และ คุณสาริตา สาธินสิริ ที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือตลอดหลักสูตร รวมทั้งขอขอบคุณคุณรสรธ ธนาจิรวัดน์ และ คุณวริศรา มุกดาสนิท ที่คอยให้คำปรึกษา และ คำแนะนำ รวมทั้งขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และ พี่ชาย ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนงานวิจัยในทุก ๆ ด้าน ผู้วิจัยหวังอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะสร้างแรงบันดาลใจและก่อเกิดงานวิจัยด้านลักษณะบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการฟังเพลงต่อไป

ธนิต หงส์พนารักษ์

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3. นิยามศัพท์สำคัญ	3
1.4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับด้านทฤษฎี.....	3
1.5. ขอบเขตการวิจัย.....	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	4
2.1. งานวิจัยพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ.....	4
2.2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะบุคลิกภาพ.....	6
2.3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะบุคลิกภาพกับการตลาด.....	8
2.4. แนวคิดเกี่ยวกับสถานะเพศ.....	10
2.5. แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน.....	11
2.6. บริการสตรีมมิงเพลงของสปอטיפาย.....	12

2.7. ข้อจำกัดของงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	21
3.1. กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
3.2. การทดสอบสมมติฐาน	24
3.3. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	32
3.4. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล	33
3.5. เครื่องมือในงานวิจัย.....	35
3.6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	37
3.7. ความเชื่อถือได้ และความถูกต้องของข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	40
4.1. สถิติเชิงพรรณนา	40
4.2. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	42
4.2.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้า ด้านในภาพรวม.....	42
4.2.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้า ด้านในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	50
4.2.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้า ด้านในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	56
4.3. การวิเคราะห์ข้อมูล	79
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	85
5.1. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย.....	85
5.2. การนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	90
5.3. ข้อจำกัดและโอกาสการวิจัยในอนาคต	92
ภาคผนวก.....	94
บรรณานุกรม.....	106

ประวัติผู้เขียน..... 112



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 ปัจจัยทั้ง 16 ด้านของ Cattell (1956).....	6
ตารางที่ 2-2 ตารางเปรียบเทียบทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทต่าง ๆ แบ่งตามลักษณะบุคลิกภาพ (Myers, Sen, and Alexandrov, 2010)	10
ตารางที่ 3-1 ตัวแปรทางลักษณะบุคลิกภาพของสมมติฐานส่วนที่ 1	28
ตารางที่ 3-2 ตัวแปรทางลักษณะบุคลิกภาพและตัวแปรกำกับของสมมติฐานส่วนที่ 2	32
ตารางที่ 3-3 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบทดสอบบุคลิกภาพ	36
ตารางที่ 3-4 แสดงข้อความปริบทเชิงสอดคล้องและเชิงตรงกันข้ามในแบบสอบถาม	37
ตารางที่ 3-5 เกณฑ์คะแนนเปรียบเทียบกับระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อความในแบบทดสอบบุคลิกภาพหลักห้าด้าน	38
ตารางที่ 3-6 เกณฑ์ในการแบ่งระดับบุคลิกภาพ	38
ตารางที่ 3-7 ค่า Cronbach's Alpha ที่ได้จากผลของแบบสอบถาม	39
ตารางที่ 4-1 ลักษณะประชากรและขนาดของหน่วยตัวอย่างในงานวิจัย	40
ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน	40
ตารางที่ 4-3 ตารางแจกแจงลักษณะบุคลิกภาพแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่าง	41
ตารางที่ 4-4 ตารางแจกแจงจำนวนด้านของลักษณะบุคลิกภาพที่โดดเด่นในกลุ่มตัวอย่าง	41
ตารางที่ 4-5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านและพฤติกรรมการฟังเพลง	43
ตารางที่ 4-6 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง	45
ตารางที่ 4-7 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลง	45
ตารางที่ 4-8 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง	46

ตารางที่ 4-9 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลง.....	46
ตารางที่ 4-10 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง	47
ตารางที่ 4-11 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของเพลง	47
ตารางที่ 4-12 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง	48
ตารางที่ 4-13 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลง	48
ตารางที่ 4-14 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง	49
ตารางที่ 4-15 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลง	49
ตารางที่ 4-16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านและพฤติกรรมกรฟังเพลงของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย.....	51
ตารางที่ 4-17 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย	53
ตารางที่ 4-18 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย.....	54
ตารางที่ 4-19 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย	54
ตารางที่ 4-20 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย	55
ตารางที่ 4-21 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย	55

ตารางที่ 4-22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านและพฤติกรรมการฟังเพลงของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง.....	57
ตารางที่ 4-23 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง	59
ตารางที่ 4-24 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง.....	59
ตารางที่ 4-25 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง.....	60
ตารางที่ 4-26 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง	60
ตารางที่ 4-27 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง	61
ตารางที่ 4-28 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง.....	61
ตารางที่ 4-29 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง	62
ตารางที่ 4-30 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง	62
ตารางที่ 4-31 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง	63
ตารางที่ 4-32 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง.....	63
ตารางที่ 4-33 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	64
ตารางที่ 4-34 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน	65

ตารางที่ 4-48 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ เปิดรับประสบการณ์ในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง.....	80
ตารางที่ 4-49 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ พิถีพิถันในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง	81
ตารางที่ 4-50 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ สนใจต่อสิ่งภายนอกในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง	82
ตารางที่ 4-51 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ ยินยอมเห็นใจในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง.....	83
ตารางที่ 4-52 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ ไม่เสถียรทางอารมณ์ในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง	84



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 2-1 ตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของเพลงที่ได้จาก API ของสปอטיפาย	14
รูปที่ 2-2 หน้าจอในการขอข้อมูลเพลงที่ฟังล่าสุด 50 เพลง	16
รูปที่ 2-3 หน้าจอขอรหัส OAuth Token ที่ใช้ในการขอข้อมูลเพลง 50 เพลงล่าสุดที่ผู้ใช้ฟัง.....	16
รูปที่ 2-4 ตัวอย่างข้อมูลประวัติการฟังเพลงล่าสุดที่ได้จาก API.....	16
รูปที่ 2-5 ตัวอย่างหน้าจอขอดาวนโหลดข้อมูล	17
รูปที่ 2-6 ตัวอย่างอีเมลจากสปอטיפายเพื่อให้ยืนยันการขอดาวนโหลดข้อมูล	18
รูปที่ 2-7 ตัวอย่างอีเมลแจ้งการดาวนโหลดข้อมูลจากสปอטיפาย	18
รูปที่ 2-8 ตัวอย่างข้อมูลที่ได้มาจากการขอประวัติย้อนหลังของสปอטיפาย.....	19
รูปที่ 2-9 ตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการดาวนโหลด	19
รูปที่ 3-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	22
รูปที่ 3-2 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล	33
รูปที่ 3-3 ตัวอย่างข้อมูลเพลงที่ฟังล่าสุด 50 เพลงในรูปแบบตารางที่แปลงผ่านโปรแกรมที่ผู้วิจัยได้พัฒนา	34
รูปที่ 3-4 ตัวอย่างข้อมูลเพลงย้อนหลัง 1 ปีที่ถูกแปลงในรูปแบบตาราง.....	35
รูปที่ 3-5 ตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการทำความสะอาดและรับข้อมูลตัวแปรจาก API.....	35

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความรู้ความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า (Customer Insight) เป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญของทุกองค์กรธุรกิจ การเข้าใจในลูกค้าเชิงลึกจะทำให้องค์กรวางแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้สอดคล้องกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคิดและต้องการ รวมถึงสามารถทำการตลาดแบบ Personalized ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกภูมิใจเมื่อใช้สินค้า (Brand Engagement) ความผูกพัน กับตราสินค้า (Brand Attachment) และเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า (Perceived Quality) และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) (Shanahan, Tran, & Taylor, 2019) บุคลิกภาพ และ พฤติกรรมการฟังเพลงนั้นนับเป็นหนึ่งในความรู้ความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าที่นอกเหนือจากการสร้างความรู้ความเข้าใจจากพฤติกรรมการซื้อสินค้า

ปัจจุบันโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อชีวิตมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วน ได้แก่ ภาคธุรกิจ การศึกษา สาธารณสุข จิตวิทยา และ สังคม (Keyideas Infotech, 2017) โดยมีสัดส่วนในการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนต่อประชากรในประเทศพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาอยู่ที่ 82% และ 80% ตามลำดับ (Deloitte, 2020) สำหรับประเทศไทยนั้นมีสัดส่วนการถือครองสมาร์ทโฟนในคนไทยช่วงอายุ 16 ถึง 64 ปีอยู่ที่ 94% โดยเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตในทุกอุปกรณ์เฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 541 นาที โดยใช้สื่อสังคม 175 นาที รับชมวิดีโอ 212 นาที ฟังเพลง 96 นาที และเล่นเกม 103 นาที (Kepios, We Are Social, & Hootsuite, 2020) แต่พบว่าคนไทยส่วนมากยังฟังเพลงผ่านบริการ YouTube ซึ่งถูกนับรวมในหมวดหมู่การรับชมวิดีโอ (Positioning, 2018) รวมถึงพบว่าคำค้นหาหลักที่คนไทยใช้ค้นหาใน YouTube นั้น 11 คำจาก 20 อันดับคำค้นหาที่มากที่สุดเป็นคำค้นหาที่เกี่ยวกับการฟังเพลง (Kepios et al., 2020) โดยผลวิจัยพบว่าคนไทยฟังเพลงผ่านบริการ YouTube 29 ล้านคนต่อวัน (Marketeer, 2020a) ซึ่งสามารถเห็นได้ว่าพฤติกรรมการฟังเพลงนั้น เป็นหนึ่งในกิจกรรมออนไลน์หลักของคนไทย

เทคโนโลยีการฟังเพลงมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการที่ต้องฟังเพลงจากแผ่นเสียงในอดีต และถูกแทนด้วยแบบตลับในปี 1958 เปลี่ยนผ่านเป็นการฟังเพลงในรูปแบบแผ่นซีดีในช่วงทศวรรษที่ 1970 จนมาถึงในปี 2000 จนกระทั่งปัจจุบันได้เกิดบริการฟังเพลงในรูปแบบใหม่ทั้ง

ในรูปแบบซื้อเป็นแฟ้มแบบเอ็มพี 3 และ การฟังเพลงแบบสตรีมมิงที่สามารถฟังเพลงได้อย่างไม่จำกัด การมาถึงของ ไอพอด (iPod) และ โทรศัพท์สมาร์ทโฟนก่อให้เกิดการฟังเพลงในรูปแบบที่ต่างจากเดิม คือไม่ได้ซื้อแผ่นซีดี แต่ฟังในรูปแบบดิจิทัลและมีระบบจัดเพลย์ลิสในการฟังเพลงที่สามารถตอบสนอง ความต้องการฟังเพลงของแต่ละบุคคลได้ เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงที่สามารถ ฟังเพลงที่ไหนก็ได้ ไม่จำเป็นต้องมีเครื่องเล่นเพลงขนาดใหญ่เหมือนเดิมและการฟังเพลงได้กลายเป็น พฤติกรรมที่ทำร่วมกับพฤติกรรมอื่น ๆ ภายในอุปกรณ์เดียว (Dholakia, 2012)

เพลงถือเป็นหนึ่งในธุรกิจความบันเทิงที่สร้างรายได้จำนวนมาก จากรายงานของสมาคมผู้ ประกอบกิจการเพลงของสหรัฐอเมริกาพบว่าในปี 2019 สัดส่วนของรายได้ในอุตสาหกรรมดนตรี 79% มาจากบริการสตรีมมิงเพลงคิดเป็นมูลค่า 8,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเติบโตมากขึ้นจากปีก่อน หน้าถึง 19.9% (Friedlander & Bass, 2019) โดยตัวอย่างของบริการสตรีมมิงเพลงได้แก่ Spotify, Apple Music, Tidal, Amazon Music Unlimited และ YouTube Music (Looper, 2020) ส่วน บริการสตรีมมิงเพลงที่เปิดบริการในไทยได้แก่ Spotify, Apple Music, Deezer, Tidal และ JOOX (พัชรินทร์ ว่องไชยกุล, 2017) สำหรับในประเทศไทย รายได้หลักของบริการสตรีมมิงมาจากการโฆษณา โดยที่ JOOX มีรายได้ในไทย 50% จากระบบสมาชิก และ 50% จากโฆษณา (Marketeer, 2020b) ส่วน Spotify มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา เพราะมีจำนวนผู้ใช้งาน 5.8 ล้านราย โดยแบ่งเป็น ผู้ใช้งานที่ไม่ได้สมัครสมาชิกรายเดือน 4.9 ล้านราย และ ผู้ใช้งานแบบสมาชิกรายเดือน 9 แสนราย (Marketeer, 2020a) ผู้ใช้งานที่ไม่ได้สมัครสมาชิกรายเดือนจำเป็นต้องรับฟัง หรือชมโฆษณาเพื่อ แลกเปลี่ยนกับการได้ฟังเพลงแบบไม่คิดค่าใช้จ่าย โดย Spotify พบว่า 85% ของผู้ใช้งานแบบไม่ได้ สมัครสมาชิกรายเดือนได้รับชมหรือฟังโฆษณาตั้งแต่ต้นจนจบ (Marketing Oops, 2017)

โฆษณานั้นมีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพ จะเห็นได้ว่าโฆษณาที่ถูกออกแบบมาให้ตรงกับ ลักษณะบุคลิกภาพของผู้ฟังนั้นจะส่งผลให้ผู้ฟังโฆษณามีความคล้อยตามไปกับโฆษณา รวมไปถึง ก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ (Baryshnikova, 2017) ดังนั้นหากสามารถรับรู้บุคลิกภาพของผู้บริโภคผ่าน พฤติกรรมการฟังเพลงได้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องย่อมสามารถที่จะแสดงโฆษณาที่สอดคล้องกับลักษณะ บุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมายได้เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการตลาดและการโฆษณา

1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลง กับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน ของผู้ใช้สปีดไฟ

1.3. นิยามศัพท์สำคัญ

บริการสตรีมมิงเพลง (Music Streaming Service) หมายถึงการรับฟังเพลงออนไลน์โดยใช้เทคโนโลยีสตรีมมิง ซึ่งเป็นการส่งข้อมูลจากเซิร์ฟเวอร์มายังเครื่องผู้ฟังเป็นส่วน ๆ โดยข้อมูลจะเก็บข้อมูลไว้ในเครื่องผู้ฟังชั่วคราวหรือบัฟเฟอร์เพื่อให้เพลงสามารถเล่นได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลดข้อมูลมาให้ครบก่อนเล่นเพลง (Austerberry, 2013)

พฤติกรรมการฟังเพลงในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึงพฤติกรรมการเลือกฟังเพลงของหน่วยตัวอย่างที่ฟังเพลงจากบริการสตรีมมิงสปอทิฟาย

1.4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับด้านทฤษฎี

แนวทางในการคาดการณ์ความสัมพันธ์ของลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในแต่ละด้านของบุคคลกับลักษณะของเพลงที่เลือกฟัง

1.5. ขอบเขตการวิจัย

สำหรับการเรียนรู้ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงของผู้ใช้สปอทิฟายกับลักษณะบุคลิกภาพ ผู้วิจัยศึกษาจากข้อมูลผู้ใช้งานสปอทิฟายในประเทศไทยที่อยู่ในเจเนอเรชัน Z ร่วมกับการเก็บแบบทดสอบลักษณะทางบุคลิกภาพหลักห้าด้าน เนื่องจากเป็นบริการที่มี Application Program Interface (API) ที่อนุญาตให้เข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมการฟังเพลงของผู้ใช้ โดยสามารถขอข้อมูลพฤติกรรมการฟังเพลงของผู้ใช้ย้อนหลังได้หนึ่งปีนับจากวันที่ขอข้อมูล

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การนำเสนอการทบทวนวรรณกรรมในอดีต มีจุดประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงการศึกษาในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ โดยประกอบไปด้วยหัวข้อย่อย ได้แก่ (1) งานวิจัยพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ (2) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพ (3) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพกับการตลาด (4) แนวคิดเกี่ยวกับสถานะเพศ (5) แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (6) บริการสตรีมมิงเพลงของสปอทิฟาย (7) ข้อจำกัดของงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต

2.1. งานวิจัยพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ

Rentfrow and Gosling (2003) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมในการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพโดย ผลการศึกษาพบว่า เพลงที่มีเนื้อหาลึกซึ้ง (Intense and rebellious) นั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบ กับบุคลิกภาพแบบ ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) พิถีพิถัน (Conscientiousness) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness) เพลงที่มีแนวสะท้อนความรู้สึก (Reflective and complex) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) และ เปิดรับประสบการณ์ แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เพลงที่มีแนวจังหวะคึกคัก (Energetic and rhythmic) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) ยินยอมเห็นใจ และ เปิดรับประสบการณ์ เพลงแนวทำนองผ่อนคลาย (Upbeat and conventional) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก ยินยอมเห็นใจ พิถีพิถัน และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์และเปิดรับประสบการณ์ อย่างไรก็ตามมีข้อโต้แย้งบางส่วนที่บอกว่าบุคลิกภาพไม่ใช่ปัจจัยเพียงปัจจัยเดียวที่จะสามารถนำมาทำนายแนวเพลงที่ฟังได้ เพราะยังมีปัจจัยอื่นอย่าง อายุ เพศ สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Chamorro-Premuzic, 2011; Knowles, 2013) และฤดูกาล (Pettijohn, Williams, & Carter, 2010)

Pearson and Dollinger (2004) ได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมในการฟังเพลงกับบุคลิกภาพแบบ Myers-Briggs ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 104 คน พบว่าคนที่มีบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกมีความสัมพันธ์กับเพลงแนวสมัยนิยม (Popular) และ ร็อค (Rock) ในส่วนของคนที่มีบุคลิกใช้ความคิด และ ใช้ความรู้สึกมีความสัมพันธ์กับเพลงแนวคันทรี่ (Country) และ เพลงควาบอยตะวันตก (Western)

มีงานศึกษาบางส่วนที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมการฟังเพลง กับ ลักษณะบุคลิกภาพ โดยเทียบกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน (Big Five personality traits) พบว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์ (Openness) และ ความสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) จะมีความชื่นชอบในการฟังเพลงประเภทร็อคอย่างสูง อีกทั้งยังชื่นชอบในการฟังเพลงประเภทสมัยนิยม และ ฮิปฮอป (Hip-hop) (R. A. Brown, 2012; Corrigan & Schellenberg, 2015; Langmeyer, Guglhör-Rudan, & Tarnai, 2012; Swami et al., 2013) และบุคคลมักจะฟังเพลงเพื่อใช้ในการควบคุมในอารมณ์ที่ต้องการ (Chamorro-Premuzic, 2011) เช่น บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์จะนิยมฟังเพลงที่เสริมสร้างความเป็นศิลปิน บุคคลที่มีลักษณะบุคลิกภาพเศร้าหมอง (Depressed) จะฟังเพลงเพื่อรักษาไว้ซึ่งความเศร้าโศกในชีวิต (Rentfrow & Gosling, 2003)

Hieber (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมการฟังเพลง กับ ลักษณะบุคลิกภาพของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยศึกษาจากการแจกแบบทดสอบให้แก่หน่วยตัวอย่างประกอบไปด้วยแบบทดสอบ Big Five Inventory-44 (John & Srivastava, 1999) และ Depression, Anxiety and Stress Scale – 21 (Lovibond & Lovibond, 1996) กับหน่วยตัวอย่างจำนวน 235 คน หน่วยตัวอย่างต้องทำการรายงานรายชื่อเพลงที่ฟังอย่างน้อยหนึ่งถึงสองครั้งต่อสัปดาห์ พบว่าประเภทต่าง ๆ ของเพลงมีความสัมพันธ์กับ มิติของลักษณะบุคลิกภาพได้แก่ เป็นกังวล (anxiety) ตึงเครียด (stress) และ เปิดรับประสบการณ์ (openness to experience) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Ferwerda, Tkalcic, and Schedl (2017) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมในการฟังเพลงประเภทต่าง ๆ กับลักษณะบุคลิกภาพแบ่งตามกลุ่มอายุ โดยใช้ข้อมูลในการศึกษาจากข้อมูล myPersonality ที่เก็บบันทึกข้อมูลทางจิตวิทยา และ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมเฟซบุ๊กผ่านกระบวนการทางจิตวิทยา เพื่อประเมินลักษณะบุคลิกภาพในรูปแบบลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน (Big Five personality traits) มาใช้ร่วมกับข้อมูลผู้ใช้เว็บไซต์ Last.fm จำนวน 1,066 คน แบ่งตามช่วงอายุได้แก่ วัยรุ่น (12 – 19 ปี) วัยหนุ่มสาว (20 – 39 ปี) และ วัยกลางคน (40 – 65 ปี) โดยนำข้อมูลมาหาค่าสหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman rank correlation coefficient) ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพกับจำนวนของเพลงที่ถูกเล่นจำแนกตามประเภท ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของเพลงมีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพของผู้ฟังในแต่ละช่วงอายุที่ต่างกัน เช่นช่วงวัยกลางคนที่มีบุคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับเพลงประเภท Blue และ Folk

2.2. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ 16 ด้าน

บุคลิกภาพ 16 ด้านเป็นทฤษฎีที่ใช้เพื่อจำแนกบุคลิกของมนุษย์จากปัจจัยทั้งหมด 16 องค์ประกอบโดยดูจากระดับคะแนนในแต่ละด้านที่มีองค์ประกอบแย้งกันเป็นขั้วบวกและลบในแต่ละคู่ (Cattell, 1956)

ตารางที่ 2-1 ปัจจัยทั้ง 16 ด้านของ Cattell (1956)

องค์ประกอบ	คำอธิบาย	
	ด้านลบ	ด้านบวก
ความอบอุ่น	สำรวม (Reserved)	ชอบเข้าสังคม (Outgoing)
การใช้เหตุผล	ไม่เฉลียวฉลาด (Less intelligent)	เฉลียวฉลาด (More intelligent)
ความมั่นคงทางอารมณ์	อ่อนไหวง่าย (Affect by Feeling)	อารมณ์มั่นคง (Emotionally Stable)
ความก้าวร้าว	ดีใจชอบควบคุม (Assertive)	ถ่อมตัว (Humble)
มีชีวิตรื่นเริง	ซิมเคร้า (Sober)	ไม่ตกอยู่ภายใต้การควบคุม (Happy-go-lucky)
รับผิดชอบต่อหน้าที่	ไม่ตามกฎ (Expedient)	ซื่อตรงต่อหน้าที่ (Conscientious)
กล้าเข้าสังคม	ขี้อาย (Shy)	กล้าเผชิญหน้า (Venturesome)
ความอ่อนไหว	จิตใจเข้มแข็ง (Tough - minded)	จิตใจอ่อนไหว (Tender - minded)
ระมัดระวัง	น่าไว้วางใจ (Trusting)	น่าสงสัย (Suspicious)
คิดในเชิงนามธรรม	นักปฏิบัติ (Practical)	นักเพ้อฝัน (Imaginative)
ความสันโดษ	เปิดเผย (Forthright)	มีเหลี่ยม (Shrewd)
ความวิตกกังวล	มั่นคงในตนเอง (Self-assured)	วิตกกังวล (Apprehensive)
เปิดรับต่อการเปลี่ยนแปลง	อนุรักษนิยม (Conservative)	ชอบสำรวจสิ่งใหม่ (Experimenting)
พึ่งตนเอง	พึ่งพาผู้อื่น (Group - dependency)	พึ่งตนเอง (Self - sufficient)
ยึดถือความสมบูรณ์แบบ	ไม่เป็นระเบียบ (Undisciplined)	เป็นระเบียบ (Controlled)
ความตึงเครียด	ผ่อนคลาย (Relaxed)	ตึงเครียด (Tense)

บุคลิกภาพ 16 ด้านมักถูกนำไปใช้ในงานวิจัยที่ต้องการนำลักษณะบุคลิกภาพไปประเมินบุคลากรเพื่อที่จะประเมินลักษณะบุคลิกภาพพร้อมกับประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ในอาชีพตำรวจ (Drew, Carless, & Thompson, 2008; Fabricatore, Azen, Schoentgen, & Snibbe, 1978) นักให้คำปรึกษา (McClain, 1968; Myrick, Kelly Jr, & Wittmer, 1972) ว่าตรงกับประเภทงานหรือไม่

มิติบุคลิกภาพทั้งสาม

Eysenck (1954) ได้พัฒนาแบบจำลองแสดงลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล (Model of Personality) ขึ้นมาตามหลักการทั่วไป 3 ประการ คือ

1. ความสนใจแต่ภายในตนเอง กับ ความสนใจต่อสิ่งภายนอก (Introversion – Extroversion) ความสนใจแต่ภายในตนเองเกี่ยวพันอย่างตรงไปตรงมากับความตั้งใจและใส่ใจอยู่กับแต่ประสบการณ์ภายในของบุคคล ขณะที่ความสนใจต่อสิ่งภายนอกนั้น จะมีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่เกิดขึ้นและเป็นไปของบุคคลอื่น และสภาพแวดล้อมภายนอกอื่น ๆ ดังนั้น บุคคลที่มีลักษณะสนใจภายในตัวเองสูงมาก ๆ จะเป็นคนเงียบขรึมและเก็บเนื้อเก็บตัว ขณะที่บุคคลที่มุ่งสนใจสภาพแวดล้อมภายนอกสูงนั้น จะชอบออกสังคมและเข้ากับคนอื่นได้ง่าย
2. ความไม่เสถียรทางอารมณ์ กับ ความมั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism – Emotional Stability) เป็นความสัมพันธ์กันของความรู้สึกหงุดหงิดกับการสงบสติอารมณ์ โดยที่ความไม่เสถียรทางอารมณ์จะมีแนวโน้มเป็นคนที่ยังกังวลใจ อารมณ์ไม่ดี หรือเอาแต่อารมณ์ตนเองเป็นที่ตั้ง ขณะที่ความมั่นคงของอารมณ์หมายถึงแนวโน้มที่บุคคลจะมีอารมณ์คงที่แน่นอน และมั่นคง
3. บุคลิกก้าวร้าว (Psychoticism) เป็นมิติที่ถูกเพิ่มมาหลังจากการศึกษาเกี่ยวกับผู้ป่วยทางจิต บุคคลใดที่มีบุคลิกภาพแบบนี้สูง จะต่อต้านสังคม ต่อต้านทุกอย่าง ทำตัวไม่น่าสงสาร และมีอารมณ์ที่แปรปรวนตลอดเวลา

จากสองทฤษฎีข้างต้นจะพบได้ว่าทฤษฎีบุคลิกภาพ 16 ด้านนั้นมีมิติที่มากไป ในส่วนทฤษฎีบุคลิกภาพทั้งสามนั้นก็ยังมีมิติที่แคบเกินไป (Knowles, 2013) รวมทั้งมักถูกนำไปศึกษาในด้านจิตวิทยา โดยเฉพาะ จึงได้เกิดทฤษฎีห้ามิติหรือทฤษฎีบุคลิกภาพหลักห้าด้าน ที่ถูกนำมาศึกษาอย่างต่อเนื่อง (McCrae & Costa, 1987) ทั้งในการศึกษาร่วมกับทฤษฎีทางการตลาด (Caliskan, 2019; Hirsh, Kang, & Bodenhausen, 2012; Kaur & Anand, 2018; Myers, Sen, & Alexandrov, 2010) และพบว่าทฤษฎีบุคลิกภาพหลักห้าด้านมักถูกนำมาใช้ในการศึกษาร่วมกับพฤติกรรมกรรมการฟังเพลง (Corrigall & Schellenberg, 2015; Dollinger, 1993; Langmeyer et al., 2012; Pimentel & Donnelly, 2008; Rawlings & Ciancarelli, 1997; Swami et al., 2013)

บุคลิกภาพหลักห้าด้าน

McCrae and Costa (1987) และ Goldberg (1990) ได้นำแนวคิดของ Eysenck (1954) มาศึกษาเพิ่มเติมจึงพบว่าบุคลิกภาพของมนุษย์สามารถแบ่งได้ทั้งหมดห้าองค์ประกอบ ได้แก่

1. เปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เป็นคนที่ให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ ในโลก ชอบลองสิ่งใหม่ ๆ มีจินตนาการสูง มีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย
2. พิถีพิถัน (Conscientiousness) เป็นบุคคลที่มีการคิดตรึกตรอง รอบคอบ ชอบวางแผน มีพฤติกรรมมุ่งสู่เป้าหมายสำคัญ
3. สนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เป็นบุคคลที่ช่างคุย มีพลังงาน ค่อนข้างก้าวร้าว เป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น ชอบพบปะผู้คน ชอบสังสรรค์เข้าสังคม ชอบแสดงออกทางอารมณ์ มักเป็นผู้เริ่มบทสนทนา
4. ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เป็นคนที่มีเมตตา กรุณา เป็นที่ไว้นับถือเชื่อใจของผู้อื่น ชอบเข้าสังคม
5. ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) มักมีอาการที่ไม่มั่นคง วิตกกังวล ซึมเศร้า อารมณ์ขุ่นหมอง ฉุนเฉียวง่าย ควบคุมอารมณ์ไม่ได้ ใช้อารมณ์เป็นที่ตั้ง

2.3. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพกับการตลาด

ในเชิงของการตลาดได้มีการนำทฤษฎีบุคลิกภาพหลักห้าด้านมาใช้เป็นหลักสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของการโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจ

Hirsh et al. (2012) พบว่าโฆษณาที่ถูกสร้างให้มีเนื้อหาตรงกับลักษณะทางบุคลิกภาพของลูกค้าสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของโฆษณามากยิ่งขึ้น โดยที่บุคคลประเภทสนใจต่อสิ่งภายนอกจะถูกกระตุ้นด้วยคำที่เกี่ยวกับความตื่นเต้นและการให้รางวัล คนประเภทยินยอมเห็นใจจะถูกกระตุ้นด้วยคำที่เกี่ยวกับครอบครัวและชุมชน คนประเภทพิถีพิถันจะถูกกระตุ้นด้วยคำประเภทที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของสินค้าและระบุดูประสงคของการใช้งาน คนประเภทไม่เสถียรทางอารมณ์จะถูกกระตุ้นด้วยคำที่เกี่ยวกับความปลอดภัย ส่วนคนที่เปิดรับประสบการณ์นั้นจะถูกกระตุ้นด้วยคำที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

Myers et al. (2010) ศึกษาผลกระทบของลักษณะบุคลิกภาพต่อทัศนคติในการรับรู้โฆษณา พบว่า บุคคลที่มีลักษณะแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) นั้นจะมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาแบบแฝงประสบการณ์ของผู้ใช้จริง (Transformational Ads) มากกว่าโฆษณาแบบให้ข้อมูลสินค้า

(Informational Ads) รวมทั้งจะมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาสูง และ เกิดความตั้งใจซื้อที่สูง บุคคลประเภทยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) จะมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทแฝงประสบการณ์ของผู้ใช้จริง (Transformational Ads) มากกว่าโฆษณาแบบให้ข้อมูลสินค้า (Informational Ads) และ รับรู้โฆษณาประเภทที่ไม่มีการอ้างถึงหรือโจมตีสินค้าอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Non-Comparative Ads) มากกว่า โฆษณาประเภทที่มีการอ้างถึงหรือโจมตีสินค้าอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Comparative Ads) บุคคลที่มีลักษณะแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) จะมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทที่มีการอ้างถึงหรือโจมตีสินค้าอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Comparative Ads) มากกว่าโฆษณาประเภทที่ไม่มีการอ้างถึงหรือโจมตีสินค้าอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Non-Comparative Ads) รวมไปถึงรับรู้โฆษณาประเภทเสนอข้อดีและข้อเสียของสินค้า (Two-Sided Ads) มากกว่า โฆษณาประเภทเสนอเฉพาะข้อดีของสินค้า (One-Sided Ads) และรับรู้โฆษณาแบบให้ข้อมูลสินค้า (Informational Ads) มากกว่าโฆษณาประเภทแฝงประสบการณ์ของผู้ใช้จริง (Transformational Ads) บุคคลที่ไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) จะมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทแฝงประสบการณ์ของผู้ใช้จริง (Transformational Ads) มากกว่าโฆษณาแบบให้ข้อมูลสินค้า (Informational Ads) และมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทที่มีการอ้างถึงหรือโจมตีสินค้าอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Comparative Ads) มากกว่าโฆษณาประเภทที่ไม่มีการอ้างถึงหรือโจมตีสินค้าอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Non-Comparative Ads) และบุคคลแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) จะมีทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทแฝงประสบการณ์ของผู้ใช้จริง (Transformational Ads) มากกว่าโฆษณาแบบให้ข้อมูลสินค้า (Informational Ads)

ตารางที่ 2-2 ตารางเปรียบเทียบทัศนคติในการรับรู้โฆษณาประเภทต่าง ๆ แบ่งตามลักษณะบุคลิกภาพ (Myers, Sen, and Alexandrov, 2010)

Trait	More Favorable Attitude	Less Favorable Attitude
Extraversion	Transformational Ads	Informational Ads
Agreeableness	Transformational Ads Non-Comparative Ads	Informational Ads Comparative Ads
Conscientiousness	Comparative Ads Two-Sided Ads Informational Ads	Non-Comparative Ads One-Sided Ads Transformational Ads
Neuroticism	Transformational Ads Comparative Ads	Informational Ads Non-Comparative Ads
Openness to experience	Transformational Ads	Informational Ads

Hauser, Urban, Liberali, and Braun (2009) ศึกษาการออกแบบเว็บไซต์ให้มีเนื้อหาตรงบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าตามบุคลิกภาพเพื่อช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการ แรงจูงใจ แนวทางในการขายกับลูกค้าในแต่ละกลุ่มที่ต่างกันไป โดยนำการแบ่งบุคลิกภาพมาใช้ร่วมกับทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื้อหาที่ใช้โฆษณา หรือ หน้าเว็บไซต์ให้ตรงกับลักษณะบุคลิกภาพของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการเพิ่มความตั้งใจซื้อ

2.4. แนวคิดเกี่ยวกับสถานะเพศ

สถานะเพศ (Gender) หมายถึง ลักษณะในเชิงสังคมและจิตวิทยาสังคมที่ใช้เป็นพื้นฐานในการแบ่งแยกกลุ่มมนุษย์ว่า เป็นหญิง (Feminine) เป็นชาย (Masculine) หรือ เป็นหญิงชาย (androgenous) (ซึ่งเป็นลักษณะผสมระหว่างลักษณะเด่นของความเป็นชายและความเป็นหญิง) โดยที่ไม่จำเป็นต้องแบ่งตามลักษณะทางกายวิภาคเสมอไป (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2552)

Colley (2008) ศึกษาการสนิยมในการฟังเพลงของผู้ฟังเพลงวัยรุ่นทั้งสองเพศพบว่า เพศชายมีความนิยมในการฟังเพลงแบบร่วมสมัย (Contemporary) ส่วนเพศหญิงชอบฟังเพลงที่เป็นแนวสมัยนิยม และการศึกษาในส่วนที่บุคคลที่มีสถานะเพศเป็นหญิง (feminine) จะชื่นชอบเพลงที่เบาฟัง

สบายได้แก่เพลงประเภท สมัยนิยม แจ๊ส บลู คลาสสิก และ เพลงคันทรี่ ในขณะที่บุคคลที่มีสถานะเพศเป็นชาย (masculine) จะชอบเพลงที่มีน้ำเสียงหนักแน่นได้แก่เพลงประเภท บลู แจ๊ส และ เฮฟวีเมทัล หรือสรุปได้ว่าสถานะเพศมีความสัมพันธ์กับแนวเพลงที่นิยมฟัง

2.5. แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน

Kupperschmidt (2000) ได้นิยามความหมายของเจนเนอเรชันไว้ว่าเป็นกลุ่มคนที่สามารถระบุตัวตนได้โดยการจำแนกจากปีเกิดและเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่สำคัญในการพัฒนาบนโลก

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2563) ได้จำแนกเจนเนอเรชันออกเป็นกลุ่มตามปีเกิดได้แก่

1. Baby Boomers เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507
2. Generation X เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2523
3. Generation Y เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2539
4. Generation Z เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2552
5. Generation Alpha เป็นกลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

เจนเนอเรชันยังถือเป็นสิ่งที่มีผลต่อลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต จากงานศึกษาของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2563) พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน โดยสามารถจำแนกตามเจนเนอเรชันได้ดังนี้

- Baby Boomers ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อวัน
- Generation X ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 9 ชั่วโมง 49 นาทีต่อวัน
- Generation Y ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน
- Generation Z ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 9 ชั่วโมง 35 นาทีต่อวัน

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักเรียนและนักศึกษาในเจนเนอเรชัน Z พบว่ามีจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ หรือในแต่ละเจนเนอเรชัน โดยมีชั่วโมงการทำงานอินเทอร์เน็ต 10 ชั่วโมง 50 นาทีต่อวัน

ผู้บริโภคนเจนเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มคนที่ได้รับการศึกษาระดับสูง ชื่นชอบในเทคโนโลยีและนวัตกรรม และเป็นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่ถูกจับตามอง เพราะจะเป็นกลุ่มเจนเนอเรชันที่ครอบครองสัดส่วนในการตลาดที่สูงขึ้นในอนาคต ซึ่งผู้บริโภคนเจนเนอเรชัน Z จะถูกชักจูงในโฆษณาที่อยู่ในขอบเขตที่ตนเองสนใจ อย่างเช่น พรีเซนเตอร์ หรือ เพลงประกอบโฆษณา (Khomson Tunsakul, 2020)

Epsilon (2019) รายงานพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของเจนเนอเรชัน Z พบว่า เจเนอเรชัน Z เป็นเจนเนอเรชันที่มีแนวโน้มในการใช้เงินซื้อสินค้าในแต่ละปีมากขึ้นเรื่อย ๆ และมีจำนวนครั้งของการซื้อสินค้าเฉลี่ยรายปีอยู่ที่ 358 รายการ มากกว่าเจนเนอเรชันอื่น ๆ และยังเป็นเจนเนอเรชันที่นิยมที่จะซื้อหรือใช้บริการประเภทที่ส่งผลกระทบ (Disruption) ในแต่ละอุตสาหกรรมเช่น Uber, Airbnb, Netflix และ Spotify

K. M. Brown (2017) พบว่าผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ชอบการฟังเพลงในรูปแบบดิจิทัล แต่เป็นวัยที่มีความอดทนต่อเรื่องน่าเบื่อต่ำ จึงเป็นเจนเนอเรชันที่มีอัตราการกดข้ามโฆษณามากที่สุด ดังนั้นหากสามารถออกแบบโฆษณาที่ตรงกับบุคลิกภาพและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ อาจเพิ่มควมมีประสิทธิผลของโฆษณาในผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ได้

2.6. บริการสตรีมมิงเพลงของสปอทิฟาย

การรับฟังเพลงออนไลน์ในปัจจุบันนิยมใช้เทคโนโลยีสตรีมมิง ซึ่งเป็นการส่งข้อมูลจากเซิร์ฟเวอร์มายังเครื่องผู้ฟังเป็นส่วน ๆ เท่าที่ต้องการใช้เป็นระลอก ๆ เมื่อผู้รับข้อมูลได้รับข้อมูลจะเก็บข้อมูลไว้ชั่วคราวหรือบัฟเฟอร์เพื่อให้เพลงสามารถเล่นได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลดข้อมูลมาทั้งหมดในคราวเดียว (Austerberry, 2013) บริการสตรีมมิงเพลงที่เปิดบริการในไทยได้แก่ Spotify Apple Music Deezer Tidal และ JOOX (พัชรศรัณี ว่องไชยกุล, 2017)

สำหรับบริการของสปอทิฟายนั้นมี API (Application Programming Interface) ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานขอรับข้อมูลได้ 2 แบบได้แก่ 1) ข้อมูลผู้ใช้บริการ (Users Profile) ที่ครอบคลุมถึงข้อมูลผู้ใช้งาน และ ประวัติการฟังเพลงล่าสุดจำนวน 50 เพลง (Recently Played Tracks) 2) ข้อมูลเกี่ยวกับเพลง (Tracks) ที่จะครอบคลุมถึงชาร์ตเพลง รายละเอียดของแต่ละเพลง รวมไปถึงข้อมูลบอกคุณลักษณะของเพลงแต่ละเพลง (Audio Features) จากการคำนวณของสปอทิฟายที่คำนวณโดยใช้อัลกอริทึมของ Echo Nest ที่เป็นเทคโนโลยีในการแนะนำเพลงของสปอทิฟาย ซึ่งมีผู้ให้บริการฟังเพลงสตรีมมิงหลายรายที่ใช้บริการนี้ (Skidén, 2016)

คุณลักษณะของเพลงและความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ

ในส่วนของข้อมูลบอกคุณลักษณะของเพลงแต่ละเพลง API ของสปอטיפายจะคำนวณค่าที่บอกถึงลักษณะของเพลง แบ่งคุณลักษณะของเพลงได้ทั้งหมด 13 ค่า ได้แก่

1. duration_ms คือความยาวของเพลงในรูปแบบมิลลิวินาที
2. mode คือโหมดของเพลงแบ่งออกเป็น 2 ค่า ได้แก่ 0 คือไมเนอร์ (Minor Scales) และ 1 คือเมเจอร์ (Major Scales)
3. key คือกุญแจเสียงของเพลงแบ่งออกเป็น 12 ค่า ได้แก่ 0 = C, 1 = C#/Db, 2 = D, 3 = D#/Eb, 4 = E, 5 = F, 6 = F#/Gb, 7 = G, 8 = G#/Ab, 9 = A, 10 = A#/Bb, 11 = B
4. time_signature คือเครื่องหมายกำหนดจังหวะของเพลงแบ่งออกเป็น 5 ค่า ได้แก่ 3 = 3/4, 4 = 4/4, 5 = 5/4, 6 = 6/4, 7 = 7/4
5. acousticness คือค่าความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้า มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่ค่าใกล้ 1 จะหมายความว่า เป็นเพลงที่ใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้า และ ค่าใกล้ 0 จะหมายความว่า เป็นเพลงที่ไม่ใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้า
6. danceability คือค่าความเหมาะสมในการเต้นของเพลง มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่เพลงที่เหมาะสมแก่การเต้นจะมีค่าเข้าใกล้ 1 และ เพลงที่ไม่เหมาะสมแก่การเต้นจะมีค่าเข้าใกล้ 0
7. energy คือค่าของความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลง มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยเพลงมีความหนาแน่นของกิจกรรมสูงจะมีค่าเข้าใกล้ 1 และ เพลงไม่มีความหนาแน่นของกิจกรรมจะมีค่าเข้าใกล้ 0
8. instrumentalness คือค่าความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลง มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่ค่าใกล้ 1 จะหมายความว่า เพลงเป็นดนตรีบรรเลง และ ค่าใกล้ 0 จะหมายความว่า เพลงไม่ใช่ดนตรีบรรเลง
9. liveness คือค่าความน่าจะเป็นที่เพลงจะเป็นการแสดงสด มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่เพลงจากการแสดงสดจะมีค่าเข้าใกล้ 1 และ เพลงที่ไม่ใช่การแสดงสด เช่น เพลงที่บันทึกในห้องอัดเสียง จะมีค่าเข้าใกล้ 0

10. loudness คือระยะห่างของความดังของเพลงเฉลี่ยกับความดังสูงสุดมีหน่วยเป็นเดซิเบล (Decibel) มีค่าตั้งแต่ -60 ถึง 0
11. speechiness คือสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลง มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่ค่าใกล้ 1 มีการพูดหรือร้องในความเร็วเท่าการพูดปกติในเพลง และ ค่าใกล้ 0 หมายถึงเพลงไม่มีการพูดหรือร้องในความเร็วเท่าการพูดปกติในเพลง
12. tempo คือความเร็วของเพลงมีค่าเป็นบิตต่อนาที (Beats per minute)
13. valence คือค่าที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุก มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่ค่าใกล้ 1 จะเป็นเพลงสนุกสนาน และ ค่าใกล้ 0 หมายถึงเป็นเพลงเศร้า

id	track_no	album	name	duration	mode	key	time_sig	acoustic	instrumental	energy	loudness	speechiness	tempo	valence	popularity		
3QI7vqWzZNVtTJbazyRa91	1	DIRTY LOVE	DIRTY LOV	163125	1	0	4	0.486	0.889	0.721	0.000344	0.0712	-5.697	0.269	88.985	0.893	39
6Mnbn4HXLtUUGJ77GqI	1	May	May	196882	1	7	4	0.35	0.722	0.364	0.0000165	0.122	-8.55	0.164	90.109	0.33	53
6HsPib07ngDITLAmX2z	1	SNOW	SNOW	240000	1	7	4	0.919	0.233	0.263	0.00121	0.119	-10.335	0.035	80.354	0.106	45
7rC0eHlUwVbC3A3gmMqgr	1	Show Me the Money 5 Special	Knock	195409	0	5	4	0.811	0.505	0.384	0.00000531	0.405	-10.58	0.428	85.892	0.0682	31
2cg8z9VHWgO6MNN0B2LvT	2	Show Me the Money 5 Special	Machine C	226136	0	6	4	0.0174	0.592	0.807	0	0.329	-5.07	0.289	149.928	0.623	34
3PWycyW4HlLnLWmT4gd	1	No Make Up	No Make U	189154	1	9	4	0.411	0.758	0.402	0	0.217	-5.066	0.0459	92.109	0.519	57
0q3xk0VIdw7omVXYA05vW	1	Eat	Eat	161618	1	4	4	0.49	0.662	0.293	0.00000479	0.122	-11.311	0.122	91.16	0.304	56
5d3e2AddqQHUm7FTpaMH	1	Zero Gravity	Zero Gravi	277702	1	8	4	0.769	0.648	0.428	0.0125	0.116	-8.173	0.028	78.084	0.533	34
6vs7h2MDI4i6BQK9KE9pd	1	Young	Just (From	192630	1	3	4	0.594	0.752	0.264	0.000132	0.107	-10.956	0.0937	86.001	0.184	48
6BcOZoCGPaUeEPGNeGQz	1	Yanghwa BRDG	Yanghwa I	229350	0	3	4	0.726	0.538	0.436	0	0.151	-8.73	0.0504	87.111	0.37	56
4LhNiCrDroGBx0KA2LMT	2	Yanghwa BRDG	Yanghwa I	229320	0	3	4	0.475	0.568	0.414	0.0151	0.137	-9.02	0.0347	87.011	0.122	25
3Eub9EXnDriITyerQDjW	1	Mirrorball	Spin Spin	181943	1	9	4	0.084	0.754	0.635	0	0.348	-6.623	0.0523	122.924	0.787	22
1wY2xoPp0EiwJwCfioJ6t	2	Mirrorball	Modern B	57507	0	4	4	0.0663	0.82	0.561	0.338	0.06	-9.384	0.24	108.152	0.471	19
11fM8oYlVbCiaVW111b42e	3	Mirrorball	Miss Kim	153000	0	1	4	0.643	0.707	0.354	0.0000697	0.117	-8.544	0.0283	93.036	0.807	25
60H4z0trn2AdMeazT5UqO	4	Mirrorball	Madame	175140	0	4	3	0.976	0.514	0.147	0.0973	0.0923	-15.002	0.0414	118.948	0.114	27
2YGf5p5qY6nrwZiWRkVqF	1	Two Melodies	Two melo	211857	1	1	4	0.751	0.738	0.43	0.0000148	0.114	-7.343	0.0737	92.036	0.337	25
60IOaFYq7dvzRlWRR0kvGF	2	Two Melodies	Two melo	211857	1	1	5	0.406	0.688	0.321	0.944	0.119	-9.612	0.178	184.131	0.289	19
0XB00cGogkInFzDSGwDJTV	1	I'm Her	I'm Her	168106	1	1	4	0.0246	0.836	0.767	0	0.0687	-4.604	0.22	94.829	0.947	5

รูปที่ 2-1 ตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของเพลงที่ได้จาก API ของสปอติฟาย

จากตัวแปรทั้งหมด 13 ตัวแปรสามารถแบ่งเป็นสามกลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มตัวแปรที่เคยมีการศึกษาความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ 2) กลุ่มตัวแปรที่เข้าซ้อนหรือไม่เหมาะสมที่จะนำมาศึกษา และ 3) กลุ่มตัวแปรที่ไม่เคยถูกนำมาศึกษาในอดีต ดังนี้

กลุ่มตัวแปรที่เคยมีการศึกษาความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ Dobrota and Reić Ercegovic (2015) พบว่าผู้ฟังเพลงที่มีบุคลิกภาพแบบมองโลกในแง่ดี (Optimism) จะฟังเพลงที่อยู่ในโหมดเสียงเมเจอร์ (Major Scale) และเป็นเพลงที่มีจังหวะ (Tempo) ที่รวดเร็ว รวมทั้งเพื่อทำให้อารมณ์ดี สอดคล้องกับงานศึกษาของ Husain, Thompson, and Schellenberg (2002) ที่พบว่าโหมด (Mode) ของเพลงมีผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ฟังเพลง

กลุ่มตัวแปรที่เข้าซ้อนหรือไม่เหมาะสมที่จะนำมาศึกษา พบว่าประกอบไปด้วย Loudness, Duration, Key และ Time Signature เนื่องจากตัวแปร Loudness ที่ได้มาเป็นค่าความดังที่ถูกเปรียบเทียบระหว่างค่าความดังสูงสุดของเพลงกับความดังเฉลี่ยของเพลง ซึ่งหากเพลงนั้นดังสม่ำเสมอตลอดทั้งเพลงค่า Loudness ที่คำนวณได้จะไม่ต่างกับเพลงที่เบาสม่ำเสมอตลอดทั้งเพลง ในส่วนของตัวแปร Duration นั้นจะบอกแค่เพียงระยะเวลาของเพลงแต่ละเพลง ตัวแปร Key ไม่มีความ

เกี่ยวข้องกับบุคลิกเพราะว่ากุญแจเสียง (Key) ที่ต่างกันนั้นมีเพื่อให้ศิลปินสามารถร้องเพลงในกุญแจเสียงที่ตรงกับความถนัดในการร้องเพลง และ ความหลากหลายของเพลง แต่ไม่มีผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ฟังแบบเดียวกับโหมด (Valverde, 2020) และ Time Signature ที่เป็นตัวแปรที่บอกจำนวนจังหวะของเพลงในแต่ละห้องดนตรีซึ่งจะมีความซ้ำซ้อนกับ Tempo

กลุ่มตัวแปรที่ไม่เคยถูกนำมาศึกษาในอดีตประกอบไปด้วย Acousticness, Danceability, Energy, instrumentalness, Liveness, Speechiness และ Valence ซึ่งเป็นตัวแปรที่ได้จากการดึงข้อมูลจาก API ของสปอทิฟายที่ยังไม่มีงานวิจัยในอดีตได้นำมาใช้ในการศึกษาหาความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพของผู้ฟัง รวมทั้งตัวแปรแต่ละค่ามีแนวโน้มที่จะสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้ฟังได้ ได้แก่

- Acousticness สะท้อนถึงพฤติกรรมความชอบในการฟังเพลงที่เล่นโดยดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้าหรืออะคูสติค
- Danceability สะท้อนถึงพฤติกรรมความชอบในการฟังเพลงที่เหมาะสมแก่การเต้น
- Energy สะท้อนถึงพฤติกรรมความชอบในการฟังเพลงที่มีการใช้เครื่องดนตรีไฟฟ้า
- Liveness สะท้อนถึงพฤติกรรมความชอบในการฟังเพลงที่เป็นการแสดงสด
- Speechiness สะท้อนถึงพฤติกรรมความชอบในการฟังเพลงที่มีการพูดอยู่ในเพลง
- Valence สะท้อนถึงพฤติกรรมความชอบในการฟังเพลงที่เป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุก

การได้มาของข้อมูลประวัติการฟังเพลงจากสปอทิฟาย

การได้มาของข้อมูลประวัติการฟังเพลงจากสปอทิฟายสามารถทำได้ 2 วิธีได้แก่ 1) การเรียกใช้ API ของสปอทิฟายเพื่อขอข้อมูลการฟัง 50 เพลงล่าสุด 2) ขอข้อมูลการฟังเพลงย้อนหลังหนึ่งปี

การขอข้อมูล 50 เพลงล่าสุดที่ฟังผ่าน API

ผู้ใช้บริการสปอทิฟายสามารถขอข้อมูลส่วนบุคคลในส่วน 50 เพลงล่าสุดที่ฟังผ่านการเรียกใช้ API โดยการเข้าไปในเว็บไซต์ <https://developer.spotify.com/console/get-recently-played/> และเข้าระบบด้วยบัญชีผู้ใช้บริการสปอทิฟายดังตัวอย่างหน้าจอในรูปที่ 2-2 ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องร้องขอรหัส OAuth Token ดังตัวอย่างหน้าจอในรูปที่ 2-3 เพื่อใช้ในการขอข้อมูลการฟังย้อนหลัง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมาในรูปแบบ JSON (JavaScript Object Notation)

Get the Current User's Recently Played Tracks

Get the Current User's Recently Played Tracks

Description	Get the Current User's Recently Played Tracks DOCS
Endpoint	https://api.spotify.com/v1/me/player/recently-played
HTTP Method	GET
OAuth	Required

limit
10

after
1484811043508

before

OAuth Token
OAuth Access Token GET TOKEN

รูปที่ 2-2 หน้าจอในการขอข้อมูลเพลงที่ฟังล่าสุด 50 เพลง

Select scopes

Required scopes for this endpoint:

user-read-recently-played

You can optionally ask for any of these scopes:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> user-read-playback-position | <input type="checkbox"/> user-read-private |
| <input type="checkbox"/> user-read-email | <input type="checkbox"/> playlist-read-private |
| <input type="checkbox"/> user-library-read | <input type="checkbox"/> user-library-modify |
| <input type="checkbox"/> user-top-read | <input type="checkbox"/> playlist-read-collaborative |
| <input type="checkbox"/> playlist-modify-public | <input type="checkbox"/> playlist-modify-private |
| <input type="checkbox"/> ugc-image-upload | <input type="checkbox"/> user-follow-read |
| <input type="checkbox"/> user-follow-modify | <input type="checkbox"/> user-read-playback-state |
| <input type="checkbox"/> user-modify-playback-state | <input type="checkbox"/> user-read-currently-playing |

If no scopes are requested, only public resources (e.g. public playlists) will be accessible. Read more about scopes at [Using Scopes](#).

REQUEST TOKEN

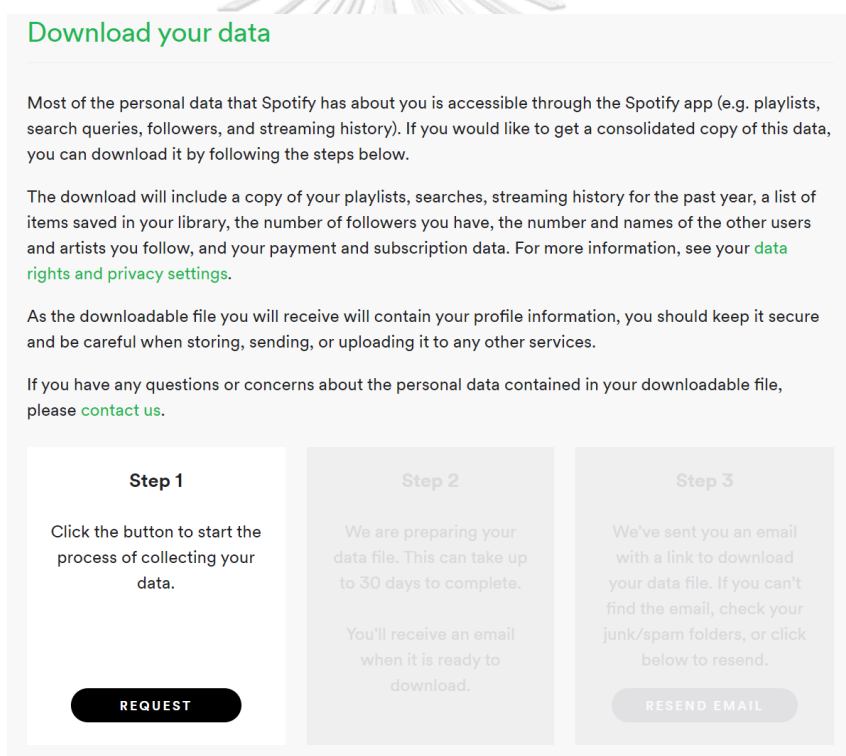
รูปที่ 2-3 หน้าจอขอรหัส OAuth Token ที่ใช้ในการขอข้อมูลเพลง 50 เพลงล่าสุดที่ผู้ใช้ฟัง

album_tyj	album_name	release_date	album_total_tracks	album_type	artists_name	duration	explicit	id	name	track_num	type	items_played_at
single	Straw	8/31/2018	1	album	Kim E-Z	225024	FALSE	3R3y90mg0UOdPBulckQVYY	Straw	1	track	2020-06-09T13:29:09.220Z
single	Straw	8/31/2018	1	album	Kim E-Z	225024	FALSE	3R3y90mg0UOdPBulckQVYY	Straw	1	track	2020-06-09T13:28:10.460Z
single	3-PAKTORY02	12/10/2019	2	album	Primary	257986	FALSE	0ugyx59jdWbMuZxGqYTO3F	When I fall in love	1	track	2020-04-21T12:28:50.720Z
album	2	8/12/2015	12	album	Primary	267111	FALSE	2mLVfB8MDwle2193jhta2l	See You	1	track	2020-04-21T12:23:37.959Z
album	2	8/12/2015	12	album	Primary	225800	FALSE	5iX0iF6JRxh9K4xmqjW004	Mileage	9	track	2020-04-21T12:19:09.343Z
album	Primary and the Messen	10/31/2012	19	album	Primary	194040	FALSE	7qOZUSDXQ3HJsrzngN7QJf	question mark	2	track	2020-04-21T12:15:23.578Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	237668	FALSE	66BHcjKxri8RH4PK0f3b72	Different (4 ver.)	12	track	2020-04-09T09:34:21.774Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	176351	FALSE	3Gf5UpAW8XA1XM56CB54KK	Hold	3	track	2020-04-09T09:19:06.753Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	210174	FALSE	6NbxpPOBPAAuUreoaASeKkx	Dduk (JINU SOLO)	2	track	2020-04-09T09:16:10.631Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	196790	FALSE	0YreoPIXF0g5A1NVuIqB6V	Serenade (HOONY SOLO)	8	track	2020-04-09T09:12:38.124Z
single	ศูนย์กลางการดนตรี	1/24/2020	5	album	PANPAN YEEYE	218181	FALSE	168ItaIv6SLz8pNoYrME	สุขข	4	track	2020-04-07T18:56:36.850Z

รูปที่ 2-4 ตัวอย่างข้อมูลประวัติการฟังเพลงล่าสุดที่ได้จาก API

การขอข้อมูลการฟังเพลงย้อนหลังหนึ่งปี

ผู้ให้บริการสפוטיפายสามารถดาวน์โหลดข้อมูลส่วนบุคคลอันได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับเพลย์ลิสต์ ประวัติการฟังเพลง การค้นหา รายการที่บันทึกในคอลเลกชัน จำนวนผู้ติดตามที่มี จำนวนบัญชีที่ติดตาม ชื่อของศิลปินที่ติดตาม และข้อมูลการชำระเงินและการสมัครใช้บริการ ผ่านส่วนการตั้งค่า ความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์ ดังตัวอย่างหน้าจอในรูปที่ 2-5 (<https://www.spotify.com/th-en/account/privacy/>) เมื่อยื่นขอข้อมูลแล้วจะได้รับอีเมลยืนยันคำขอดาวน์โหลดข้อมูลจากสפוטיפายดังตัวอย่างในรูป 2-6 ผู้ขอข้อมูลต้องรอการเตรียมข้อมูลจากสפוטיפายประมาณ 7 – 30 วัน จึงจะสามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้ และเมื่อข้อมูลพร้อมสำหรับดาวน์โหลดแล้ว ผู้ขอจะได้รับอีเมลแจ้งจากสפוטיפายดังตัวอย่างในรูปที่ 2-7 โดยข้อมูลที่สามารถดาวน์โหลดได้มีตัวอย่างดังแสดงในรูปที่ 2-8



Download your data

Most of the personal data that Spotify has about you is accessible through the Spotify app (e.g. playlists, search queries, followers, and streaming history). If you would like to get a consolidated copy of this data, you can download it by following the steps below.

The download will include a copy of your playlists, searches, streaming history for the past year, a list of items saved in your library, the number of followers you have, the number and names of the other users and artists you follow, and your payment and subscription data. For more information, see your [data rights and privacy settings](#).

As the downloadable file you will receive will contain your profile information, you should keep it secure and be careful when storing, sending, or uploading it to any other services.

If you have any questions or concerns about the personal data contained in your downloadable file, please [contact us](#).

Step 1	Step 2	Step 3
Click the button to start the process of collecting your data.	We are preparing your data file. This can take up to 30 days to complete. You'll receive an email when it is ready to download.	We've sent you an email with a link to download your data file. If you can't find the email, check your junk/spam folders, or click below to resend.
REQUEST		RESEND EMAIL

รูปที่ 2-5 ตัวอย่างหน้าจอขอดาวน์โหลดข้อมูล



We received a request to download some data

We just need to verify this email address to continue with the request. To go ahead, click **CONFIRM** below.

If you didn't initiate this request please follow [these steps to secure your account immediately](#).

CONFIRM

รูปที่ 2-6 ตัวอย่างอีเมลจากสโตนทิฟายเพื่อให้ยืนยันการขอดาวน์โหลดข้อมูล



Your personal data is ready to download

We have compiled the personal data you requested with "Download your data" and it is now ready to download. Login to your Account Privacy page to begin. The file will be available to download for the next 14 days.

DOWNLOAD

รูปที่ 2-7 ตัวอย่างอีเมลแจ้งการดาวน์โหลดข้อมูลจากสโตนทิฟาย

- Follow.json
- Identity.json
- Inferences.json
- Payments.json
- Playlist1.json
- SearchQueries.json
- StreamingHistory0.json
- Userdata.json
- YourLibrary.json

รูปที่ 2-8 ตัวอย่างข้อมูลที่ได้มาจากการขอประวัติย้อนหลังของสปอทิฟาย

```
[
  {
    "endTime" : "2019-11-25 04:08",
    "artistName" : "Blue.D",
    "trackName" : "NOBODY",
    "msPlayed" : 8121
  },
  {
    "endTime" : "2019-11-25 04:08",
    "artistName" : "Blue.D",
    "trackName" : "NOBODY",
    "msPlayed" : 201183
  },
  {
    "endTime" : "2020-02-04 17:52",
    "artistName" : "IU",
    "trackName" : "Blueming",
    "msPlayed" : 0
  },
  {
    "endTime" : "2020-04-13 19:01",
    "artistName" : "THE STANDARD Podcast",
    "trackName" : "The Secret Sauce EP.214 5 ข้อคิดที่อยากให้คุณไม่ตรงรอยสัก ก่อนไล่คนออกจาก Harvard Business Review",
    "msPlayed" : 3499
  },
  {
    "endTime" : "2020-04-13 19:04",
    "artistName" : "THE STANDARD Podcast",
    "trackName" : "สำผัส SLEEPY EP.1 ASMR ห่องศัพท์จบหลับไป 100 คำ อังกฤษ-ไทย แบบคลังจอง",
    "msPlayed" : 182828
  }
]
```

รูปที่ 2-9 ตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการดาวน์โหลด

2.7. ข้อจำกัดของงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต

งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาลักษณะบุคลิกภาพโดยใช้แบบทดสอบ ไม่ว่าจะเป็น Five-Factor Model (R. A. Brown, 2012), Myers-Briggs Type Indicator (Pearson & Dollinger, 2004), Depression Anxiety Stress Scales (Hieber, 2016), The Sixteen Personality Factor Questionnaire (Kopacz, 2005) และ Keirseley Temperament Sorter II (Veltri, 2010) ร่วมกับการทำรายงานการฟังเพลง (Self Report) ซึ่งความเที่ยงและตรงของข้อมูลการฟังเพลงจะขึ้นอยู่กับความจำหรือการบันทึกของหน่วยตัวอย่างเป็นหลัก รวมไปถึงยังไม่มีงานวิจัยงานใดในอดีตได้ทำการศึกษาโดยใช้คุณลักษณะของเพลง ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าการศึกษาพฤติกรรมการฟังเพลงจากข้อมูลของผู้ให้บริการ

สตรีมีมิ่ง และคุณลักษณะของเพลงจะสะท้อนถึงพฤติกรรมการฟังเพลงของหน่วยตัวอย่างที่ครบถ้วนมากกว่า อีกทั้งข้อมูลลักษณะดังกล่าวมีความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์กับระบบอัตโนมัติในธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน

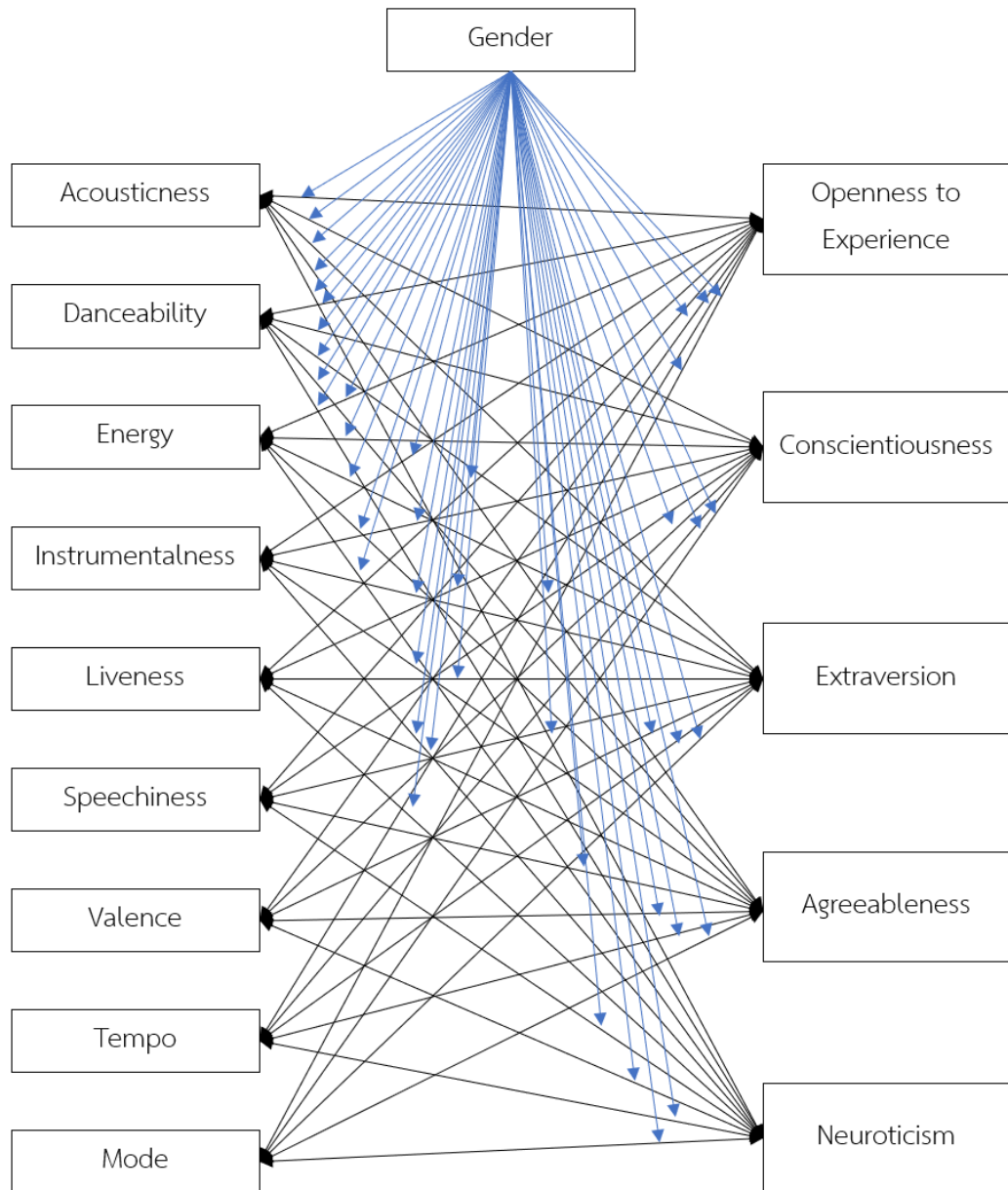


บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1. กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษางานวิจัย และวรรณกรรมในอดีตทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงประโยชน์ในการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิง ผ่านตัวแปร 9 ตัว ได้แก่ Acousticness, Danceability, Energy, Instrumentalness, Liveness, Speechiness, Valence, Tempo และ Mode ซึ่งเป็นตัวแปรคุณลักษณะของเพลงที่มีผลต่อลักษณะบุคลิกภาพ โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาบุคลิกภาพหลักห้าด้าน โดยมีสถานะเพศ (Gender) เป็นตัวแปรกำกับ และมีเจเนอเรชันเป็นตัวแปรควบคุม

จากการทบทวนวรรณกรรม จะเห็นว่าพฤติกรรมการฟังเพลงมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของผู้ฟัง อย่างไรก็ตามสถานะเพศ และ เจเนอเรชันที่แตกต่างส่งผลถึงพฤติกรรมการฟังเพลงที่ต่างกันไป จึงนำมาสู่กรอบแนวคิด (Conceptual Framework) ของการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยได้ดังรูปที่ 3-1



รูปที่ 3-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากรูป 3-1 สามารถแบ่งตัวแปรออกเป็นสี่กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวแปรคุณลักษณะเพลงที่ฟัง ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่

1. Acousticness คือค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
2. Danceability คือค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
3. Energy คือค่าเฉลี่ยของความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
4. Instrumentalness คือค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
5. Liveness คือค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
6. Speechiness คือค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
7. Valence คือค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
8. Tempo คือค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
9. Mode คือค่าที่เป็นฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

กลุ่มที่ 2 ตัวแปรทางลักษณะบุคลิกภาพ ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่

1. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)
2. บุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)
3. บุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)
4. บุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)
5. บุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)

ผู้วิจัยใช้ลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน เนื่องจากเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่สามารถแสดงการรับรู้โฆษณาประเภทต่าง ๆ ที่ต่างกันและเกิดความคล้อยตาม หรือ ตั้งใจซื้อหลังจากรับฟังหรือดูโฆษณาในประเภทที่ต่างกันตามลักษณะบุคลิกภาพ (Myers et al., 2010)

กลุ่มที่ 3 ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่

1. สถานะเพศ (Gender)

สำหรับงานวิจัยนี้จะแบ่งแยกสถานะเพศโดยแบ่งแยกหน่วยตัวอย่างว่า เป็น หญิง (Feminine) หรือ ชาย (Masculine) ตามการประเมินของหน่วยตัวอย่างเองโดยที่ไม่จำเป็นต้องแบ่งตามลักษณะทางกายวิภาค

กลุ่มที่ 4 ตัวแปรควบคุม (Control Variable) ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่

1. เจเนอเรชัน (Generation)

สำหรับงานวิจัยนี้เจเนอเรชันจะถูกนำมาเป็นอีกตัวแปรควบคุม โดยเลือกหน่วยตัวอย่างจากหนึ่งเจเนอเรชันได้แก่ เจเนอเรชัน Z หรือประชากรที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2540 – 2552 เป็นต้นไป

3.2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานส่วนที่ 1

สมมติฐานที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H_1 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 2 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่ (Danceability) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Danceability) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H_1 : ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Danceability) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 3 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H_1 : ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 4 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H₁: ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 5 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H₀: ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H₁: ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 6 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H₀: ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H₁: ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 7 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Valence) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Valence) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H_1 : ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Valence) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 8 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H_1 : ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

สมมติฐานที่ 9 ทดสอบความสัมพันธ์ของฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

H_1 : ฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

และทดสอบสมมติฐานที่ 10 – 45 ซึ่งมีลักษณะเดียวกับสมมติฐานที่ 1 – 9 ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 ตัวแปรทางลักษณะบุคลิกภาพของสมมติฐานส่วนที่ 1

สมมติฐานที่	ตัวแปรทางลักษณะบุคลิกภาพ
1 – 9	เปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)
10 – 18	พิถีพิถัน (Conscientiousness)
19 – 27	สนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)
28 – 36	ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)
37 – 45	ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)

สมมติฐานส่วนที่ 2

สมมติฐานที่ 46 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H_1 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 47 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Danceability) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Danceability) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H₁: ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Danceability) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 48 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H₀: ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H₁: ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 49 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H₀: ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H₁: ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 50 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H_1 : ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 51 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H_1 : ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 52 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Valence) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Valence) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H_1 : ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Valence) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 53 ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H_1 : ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐานที่ 54 ทดสอบความสัมพันธ์ของฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ที่มีต่อลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

H_1 : ฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

และทดสอบสมมติฐานที่ 55 – 135 ซึ่งมีลักษณะเดียวกับสมมติฐานที่ 46 – 54 ในกรณีดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 ตัวแปรทางลักษณะบุคลิกภาพและตัวแปรกำกับของสมมติฐานส่วนที่ 2

สมมติฐาน	ตัวแปรตาม	ตัวแปรกำกับ (สถานะเพศ)
46 – 54	เปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	ชาย
55 – 63	พิถีพิถัน (Conscientiousness)	ชาย
64 – 72	สนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	ชาย
73 – 81	ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	ชาย
82 – 90	ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	ชาย
91 – 99	เปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	หญิง
100 – 108	พิถีพิถัน (Conscientiousness)	หญิง
109 – 117	สนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	หญิง
118 – 126	ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	หญิง
127 – 135	ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	หญิง

3.3. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยเลือกมาประกอบไปด้วยคุณสมบัติดังนี้ คือเป็นคนไทยในเจนเนอเรชัน Z ที่ใช้ หรือ เคยใช้บริการสפוติฟายเเป็นบริการหลักภายในหนึ่งปีที่ผ่านมา และมีการฟังเพลงที่มากในระดับหนึ่งโดยพิจารณาจากความถี่ในการฟังจากประวัติการฟังเพลงที่ผ่านมา 50 เพลงล่าสุด โดยมีหน่วยตัวอย่างที่ประกอบไปด้วยสถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง

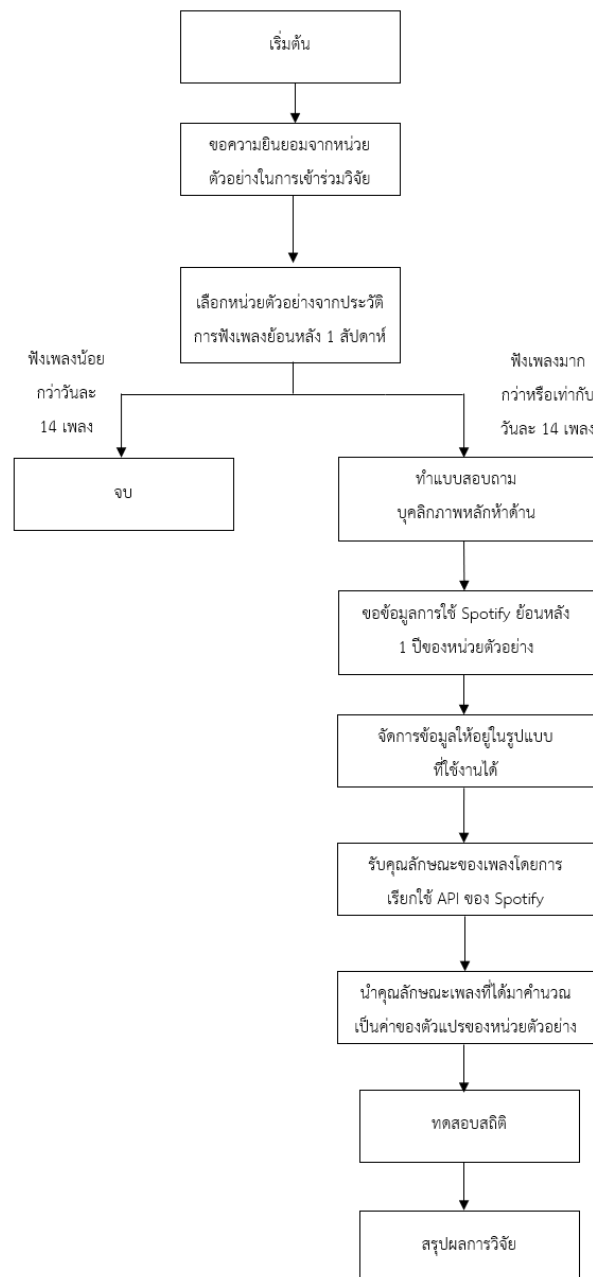
สำหรับหน่วยตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกมาใช้เป็นตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sample) ในรูปแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกจากตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) จำนวนหนึ่งตัวแปรคือสถานะเพศ 2 กลุ่มได้แก่

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่าง โดยกำหนดจากกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ (Multivariate Analysis) ซึ่งจำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรขั้นต่ำห้าหน่วยตัวอย่างต่อหนึ่งตัวแปร (Hair, Babin, Black, & Anderson, 2019) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่างจากตัวแปรทั้งเก้าจำนวน 45 คนต่อกลุ่ม รวมเป็นหน่วยตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 90 คน

3.4. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพในผู้ใช้บริการสตรีมมิงเพลง โดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมการฟังเพลงที่ได้จากการดึงข้อมูลจาก Spotify มาใช้ร่วมกับการดึงข้อมูลเกี่ยวกับเพลงโดยใช้ API ของ Spotify มาหาความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพที่ได้จากการทำแบบสอบถามทดสอบบุคลิกภาพห้าด้าน โดยผู้วิจัยได้วางแผนการเก็บข้อมูลดังรูปที่ 3-2



รูปที่ 3-2 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

ในขั้นแรกผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างอ่านทำความเข้าใจใบยินยอมให้ข้อมูลในการวิจัยดังที่แสดงในภาคผนวก ก หากหน่วยตัวอย่างให้ความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยจะขอตั้งข้อมูลการฟังเพลง 50 เพลงล่าสุดของหน่วยตัวอย่าง โดยการขอ OAuth Token จากหน่วยตัวอย่าง มาใช้ในการดึงข้อมูลผ่านทางโปรแกรมที่ทางผู้วิจัยได้พัฒนา รายละเอียดดังใบงานที่ 1 ในภาคผนวกเพื่อตรวจสอบข้อมูลของแต่ละคนว่า ฟังเพลงอย่างต่ำวันละ 14 เพลงหรือไม่ โดยอิงหลักเกณฑ์จากการศึกษาเบื้องต้นจากการเก็บข้อมูลการฟังเพลงเฉลี่ยต่อวันจำนวน 352 คนพบว่าฟังเพลงเฉลี่ยจำนวน 23 เพลงต่อวัน และจำนวนเพลงขั้นต่ำต่อหนึ่งอัลบั้มของสปอทิฟายคือจำนวน 7 เพลง (Priscilla, 2020) เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพของหน่วยตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงนำจำนวนเพลงขั้นต่ำ 7 เพลงเพิ่มเป็นอีกเท่าตัว เป็น 14 เพลงและใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกหน่วยตัวอย่างที่นับว่ามีข้อมูลในการฟังเพลงผ่านสปอทิฟายมากเพียงพอที่จะใช้เป็นหน่วยตัวอย่างในการศึกษา หากพบว่าหน่วยตัวอย่างฟังเพลงผ่านสปอทิฟายต่อวันไม่ถึง 14 เพลง ผู้วิจัยจะไม่ใช้หน่วยตัวอย่างนั้นในการศึกษา ในทางกลับกันหากพบว่า 50 เพลงที่ดึงมาถูกเล่นในวันเดียวผู้วิจัยจะถือว่าเป็นหน่วยตัวอย่างนั้นมีคุณสมบัติที่จะเป็นหน่วยตัวอย่างในงานวิจัยนี้ได้ เพราะหากหน่วยตัวอย่างฟังเพลงผ่านสปอทิฟายมากกว่าหรือเท่ากับ 50 เพลงในหนึ่งวัน เพลงย่อมแสดงว่าหน่วยตัวอย่างฟังเพลงผ่านสปอทิฟายมากเพียงพอที่จะนำข้อมูลมาใช้ในการศึกษา

หากหน่วยตัวอย่างมีคุณสมบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดผู้วิจัยจะดำเนินขั้นตอนขอข้อมูลพฤติกรรมกรฟังเพลงย้อนหลังหนึ่งปีจากหน่วยตัวอย่าง รายละเอียดดังใบงานที่ 2 ในภาคผนวก และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการดึงคุณลักษณะของแต่ละเพลงผ่านทาง API ของสปอทิฟายเพื่อเตรียมนำไปใช้ในขั้นตอนทดสอบทางสถิติร่วมกับแบบทดสอบบุคลิกภาพ

album_ty	album_name	release_date	album_total_tracks	album_type	artists_name	duration	explicit	id	name	track_nun	type	items_played_at
single	Straw	8/31/2018	1	album	Kim E-Z	225024	FALSE	3R3y90mg0UOdPBulCkQVY	Straw	1	track	2020-06-09T13:29:09.220Z
single	Straw	8/31/2018	1	album	Kim E-Z	225024	FALSE	3R3y90mg0UOdPBulCkQVY	Straw	1	track	2020-06-09T13:28:10.460Z
single	3-PAKTORY02	12/10/2019	2	album	Primary	257986	FALSE	0ugyx59jdWbMuZGqyTO3F	When I fall in love	1	track	2020-04-21T12:28:50.720Z
album	2	8/12/2015	12	album	Primary	267111	FALSE	2mlVf8BMDwle2193jHta2l	See You	1	track	2020-04-21T12:23:37.959Z
album	2	8/12/2015	12	album	Primary	225800	FALSE	5iX0iF6JRxh9K4xmqlW0O4	Mileage	9	track	2020-04-21T12:19:09.343Z
album	Primary and the Messen	10/31/2012	19	album	Primary	194040	FALSE	7qOZU5DXQ3HJsrzngN7Qj	question mark	2	track	2020-04-21T12:15:23.578Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	237668	FALSE	66BHcjKxri8Rh4PK0f3b72	Different (4 ver.)	12	track	2020-04-09T09:34:21.774Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	176351	FALSE	3GF5UpAW8XA1XMS6CB54KK	Hold	3	track	2020-04-09T09:19:06.753Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	210174	FALSE	6NbxpPOBPAAOUreoaASeKkx	Dduk (JINU SOLO)	2	track	2020-04-09T09:16:10.631Z
album	Remember	4/9/2020	12	album	WINNER	196790	FALSE	0YreoPIXF0g5A1NVu1qB6V	Serenade (HOONY SOLO)	8	track	2020-04-09T09:12:38.124Z
single	ศูนย์บัญชาการบูตึอรัณ	1/24/2020	5	album	PANPAN YEEYE	218181	FALSE	16BItaIv65LZx8pNoYrme	สุขข	4	track	2020-04-07T18:56:36.850Z

รูปที่ 3-3 ตัวอย่างข้อมูลเพลงที่ฟังล่าสุด 50 เพลงในรูปแบบตารางที่แปลงผ่านโปรแกรมที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

	endTime	artistName	trackName	msPlayed
0	2019-11-25 04:08	Blue.D	NOBODY	8121
1	2019-11-25 04:08	Blue.D	NOBODY	201183
2	2020-02-04 17:52	IU	Blueming	0
3	2020-02-04 19:28	IU	Blueming	8217
4	2020-02-05 17:45	IU	Blueming	1413
5	2020-02-05 17:45	VARINZ	หนูคนเดียว	965
6	2020-02-24 08:23	Zion.T	Hello Tutorial	3195
7	2020-02-24 08:23	JENNIE	SOLO	4916
8	2020-02-24 08:23	Crush	fall	2690
9	2020-02-24 10:25	Zion.T	Hello Tutorial	3499
10	2020-04-07 18:56	PANPAN YEEYEE	มนุษย์	69679
11	2020-04-09 09:12	WINNER	Serenade (HOONY SOLO)	196790
12	2020-04-09 09:16	WINNER	Dduk (JINU SOLO)	210174
13	2020-04-09 09:19	WINNER	SOSO	33406
14	2020-04-09 09:19	WINNER	Hold	176351
15	2020-04-09 09:34	WINNER	Different (4 ver.)	12968
16	2020-04-13 19:01	THE STANDARD Podcast	คำนี้ดี SLEEPY EP.1 ASMR ท่องศัพท์จนหลับไป 100...	895575

รูปที่ 3-4 ตัวอย่างข้อมูลเพลงย้อนหลัง 1 ปีที่ถูกแปลงในรูปแบบตาราง

หลังจากที่ได้ข้อมูลการฟังเพลงย้อนหลัง 1 ปีแล้ว ผู้วิจัยต้องพัฒนาโปรแกรมภาษาไพธอน (Python) เพื่อแปลงข้อมูลจากไฟล์ประเภท JSON (JavaScript Object Notation) ให้อยู่ในรูปแบบตารางที่สามารถนำมาคำนวณได้ เมื่อเสร็จแล้วจึงประมวลผลข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการฟังเพลง ได้แก่การนำประวัติการฟังประเภทอื่นที่ไม่ใช่เพลงออก เช่น การฟังพอดแคสต์ รวมไปถึงการนำเพลงที่มีระยะเวลาการฟังไม่ถึงครึ่งหนึ่งของความยาวเพลงออกเพราะนับเป็นการข้ามเพลง และนำข้อมูลชื่อศิลปินและชื่อเพลงไปใช้ขอข้อมูลคุณลักษณะของเพลงโดยการเรียกใช้ API ของสปอטיפายร่วมกับข้อมูล audio features ด้วยการเรียกใช้ API ของสปอטיפาย

endTime	artistName	trackName	msPlayed	duration	mode	key	time_signature	acousticness	danceability	energy	instrumentalness	liveness	loudness	speechiness	tempo	valence
11/25/2019 4:08	Blue.D	NOBODY	201183	201184	0	5	4	0.5640	0.530	0.426	0	0.2990	-7.134	0.0511	87.201	0.485
4/9/2020 9:12	WINNER	Serenade	196790	196790	1	7	4	0.0112	0.640	0.699	0	0.0777	-4.903	0.0413	130.029	0.480
4/9/2020 9:16	WINNER	Dduk (JINU)	210174	210174	1	7	4	0.8530	0.547	0.258	0	0.0976	-9.146	0.0375	137.326	0.388
4/9/2020 9:19	WINNER	Hold	176351	176352	1	8	4	0.0476	0.696	0.652	0	0.0324	-5.473	0.0604	155.930	0.618
4/21/2020 12:15	Primary	question r	194040	194040	0	3	4	0.2240	0.702	0.738	0	0.1190	-3.481	0.1250	95.977	0.922
4/21/2020 12:19	Primary	Mileage	225800	225452	1	7	4	0.5360	0.671	0.673	0	0.4120	-8.260	0.3080	94.081	0.691
4/21/2020 12:23	Primary	See You	267111	267111	1	0	4	0.0089	0.802	0.787	0.000029	0.0878	-6.718	0.0507	99.939	0.666
4/21/2020 12:28	Primary	When I fal	257986	257987	1	7	4	0.1860	0.629	0.546	0.001090	0.1360	-5.558	0.0366	93.975	0.423

รูปที่ 3-5 ตัวอย่างข้อมูลที่ผ่านการทำความสะอาดและรับข้อมูลตัวแปรจาก API

3.5. เครื่องมือในงานวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านของผู้ใช้บริการสปอטיפาย โดยใช้แบบสอบถามจำนวนหนึ่งชุดได้แก่

แบบสอบถามชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และ บริการสตรีมมิ่งที่ใช้ ในส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามที่เกี่ยวกับการวัดบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัย ได้นำมาจากคำถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ McCrae and Costa (1987) โดยผู้วิจัยได้ ปรับปรุงข้อความจากแบบสอบถามจากในงานวิจัยของ นิสิต พิณผา (2559) จำนวน 60 ข้อ โดยที่ แบบสอบถามจะเป็นแบบมาตรลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับความคิดเห็น แบ่งเป็นคะแนนตั้งแต่ 1 – 5 ดังตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบทดสอบบุคลิกภาพ

ระดับความคิดเห็น	คะแนน	
	คำถามทางบวก	คำถามทางลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

เนื่องจากคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 1 คะแนน และคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 5 คะแนน ดังนั้นคะแนน สูงสุดในแต่ละด้านจึงเท่ากับ 60 คะแนน และต่ำสุดเท่ากับ 12 คะแนน โดยในคำถามแต่ละข้อจะมี คำถามที่เป็นคำถามทางบวกและคำถามทางลบ โดยมีวิธีการคำนวณคะแนนดังแสดงในตารางที่ 3-4 โดยที่คำถามที่มีบริบทตรงกันข้ามกับบุคลิกภาพที่ถาม จะต้องนำคะแนนที่ได้มากลับคะแนนแล้วนำมา บวกกัน

ตารางที่ 3-4 แสดงข้อคำถามบริบทเชิงสอดคล้องและเชิงตรงกันข้ามในแบบสอบถาม

ลักษณะบุคลิกภาพ	คำถามบริบทเชิงสอดคล้อง	คำถามบริบทเชิงตรงข้าม
เปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	3, 4, 6, 7, 12	1, 2, 5, 8, 9, 10, 11
พิถีพิถัน (Conscientiousness)	13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24	14, 17, 22, 23
สนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	26, 28, 29, 31, 33, 34, 35, 36	25, 27, 30, 32
ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	37, 39, 43, 45	38, 40, 41, 42, 44, 46, 47, 48
ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	49, 50, 51, 52, 53, 55, 58, 60	54, 56, 57, 59

3.6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากในงานวิจัยนี้ตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐานมีสองประเภท คือ (1) ตัวแปรเชิงคุณภาพได้แก่ตัวแปรฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ซึ่งปรากฏในสมมติฐานที่ 9, 18, 27, 36, 46, 54, 63, 72, 81, 90, 99, 108, 117, 126 และ 135 (2) ตัวแปรเชิงปริมาณ ได้แก่ตัวแปรอื่นทั้งหมดในงานวิจัย

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วี (Cramer's V) ในขณะที่ตัวแปรเชิงปริมาณผู้วิจัยจะใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient) เพื่อใช้ในการหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน

ในการศึกษาตัวแปรฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) เป็นตัวแปรประเภทข้อมูลเชิงคุณภาพในมาตรฐานบัญญัติ (Nominal Scale) ในการหาความสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วี (Cramer's V) ในการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีตัวแปรทั้งสองจำเป็นต้องอยู่ในมาตรฐานบัญญัติ (Nominal Scale) หรือมาตรเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงต้องดำเนินการเปลี่ยนตัวแปรลักษณะบุคลิกภาพหลักทั้งห้าให้อยู่ในมาตรฐานโดยใช้เกณฑ์จากคำตอบแบบสอบถามที่มีคะแนนในแต่ละข้อตั้งแต่ 1 ถึง 5 ตามระดับความคิดเห็นดังตารางที่ 3-5 โดยแบ่งระดับบุคลิกภาพตามระดับคะแนนความคิดเห็นคูณกับจำนวนคำถามต่อลักษณะบุคลิกภาพจำนวน 12 ข้อและแบ่งลักษณะบุคลิกภาพแต่ละด้านเป็น 3 ระดับได้แก่ ไม่เห็นด้วย ($2 \times 12 = 24$) และ เห็นด้วย ($4 \times 12 = 48$) อันดับได้แก่ (1) เต็ม (2) ระดับกลาง (3) ไม่เต็ม โดยมีเกณฑ์ในการแบ่งคะแนนดังตารางที่ 3-6

ตารางที่ 3-5 เกณฑ์คะแนนเปรียบเทียบกับระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถามในแบบทดสอบบุคลิกภาพหลักห้าด้าน

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ตารางที่ 3-6 เกณฑ์ในการแบ่งระดับบุคลิกภาพ

ระดับบุคลิกภาพ	คะแนน
เต็ม	มากกว่าหรือเท่ากับ 48 คะแนน
ระดับกลาง	มากกว่า 24 คะแนน แต่ น้อยกว่า 48 คะแนน
ไม่เต็ม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 24 คะแนน

3.7. ความเชื่อถือได้ และความถูกต้องของข้อมูล

ในด้านความถูกต้องของข้อมูลเนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลจาก API ของสปอทิฟายซึ่งเป็นผู้ให้บริการฟังเพลงสตรีมมิง ประวัติการฟังเพลงอันเป็นข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ได้การบันทึกประวัติการฟังเพลงจริง ๆ ผู้ให้บริการสตรีมมิงเพลงซึ่งบันทึกเวลาที่เล่นและเปลี่ยนเพลงไว้ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยจึงมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงผ่านบริการสปอทิฟายของหน่วยตัวอย่าง

ด้านความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามผู้วิจัยนำผลของแบบทดสอบบุคลิกภาพหลักห้าด้านจากหน่วยตัวอย่าง จำนวน 90 คนตอบแบบสอบถามประเมินลักษณะบุคลิกภาพทั้งห้าด้าน โดยให้คะแนน 1 ถึง 5 (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) รวมไปถึงให้หน่วยตัวอย่างแสดงความคิดเห็นต่อคำถามที่มีในแบบสอบถาม และนำผลการตอบแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) และได้ผลดังตารางที่ 3-7 พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.686 โดย Nunnally (1994) พบว่าในการวิเคราะห์ลักษณะบุคลิกภาพทางจิตวิทยาโดยยอมรับค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟาว่าเป็นที่ยอมรับระดับกลางในช่วง 0.60 ถึง 0.80 จึงสรุปได้ว่าคำตอบของข้อคำถามทั้ง 12 ข้อมีความ เป็นที่ยอมรับ และมีความสอดคล้องกันและสามารถนำมาสรุปผลลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกเพื่อใช้ในการทดสอบสถิติในขั้นตอนถัดไปได้

ตารางที่ 3-7 ค่า Cronbach's Alpha ที่ได้จากผลของแบบสอบถาม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	60

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เกิดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมกาฟังเพลง และการทำแบบทดสอบบุคลิกภาพที่ทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากหน่วยตัวอย่างจำนวน 90 คน ประกอบไปด้วยหน่วยตัวอย่างที่มีแบ่งจากสถานะเพศเป็น ชาย 45 คน และ หญิง 45 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) สถิติเชิงพรรณนา (2) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย (3) การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. สถิติเชิงพรรณนา

จากการเก็บข้อมูลการวิจัยสามารถอธิบายถึงข้อมูลลักษณะและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึง ข้อมูลลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดของค่าลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านของหน่วยตัวอย่างข้อมูลดังตารางที่ 4-1 ถึง 4-2

ตารางที่ 4-1 ลักษณะประชากรและขนาดของหน่วยตัวอย่างในงานวิจัย

Descriptive Statistics					
	Frequency	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Male Age	45	16	24	19.73	2.462
Valid N (listwise)	45				
Female Age	45	18	24	20.82	1.825
Valid N (listwise)	45				
Total	90	16	24	20.28	2.224
Valid N (listwise)	90				

ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Openness	90	31	55	43.11	5.422
Conscientiousness	90	26	54	41.63	7.487
Extraversion	90	23	51	36.84	7.172
Agreeableness	90	25	53	40.27	5.503
Neuroticism	90	24	60	41.49	8.701
Valid N (listwise)	90				

จากตาราง 4-1 พบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 20.28 ปี มีอายุสูงสุด 24 ปี และต่ำสุด 16 ปี กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจึงอยู่ในเจเนอเรชัน Z ตามที่ถูกควบคุมไว้ จากตารางที่ 4-2 จะ

พบว่าค่าเฉลี่ยคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ทั้งห้าด้านของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ (1) เปิดรับประสบการณ์ เท่ากับ 43.11 (2) พิถีพิถัน เท่ากับ 41.63 (3) สนใจต่อสิ่งภายนอก เท่ากับ 36.84 (4) ยินยอมเห็นใจ เท่ากับ 40.27 และ (5) ความไม่เสถียรทางอารมณ์ เท่ากับ 41.49

ตารางที่ 4-3 ตารางแจกแจงลักษณะบุคลิกภาพแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะบุคลิกภาพ	สถานะเพศ	การแจกแจงของบุคลิกภาพในแต่ละด้าน		
		ไม่เด่น	ปานกลาง	เด่น
เปิดรับประสบการณ์	ชาย	-	35	10
	หญิง	-	38	7
พิถีพิถัน	ชาย	-	33	12
	หญิง	-	35	10
สนใจต่อสิ่งภายนอก	ชาย	2	43	-
	หญิง	-	38	7
ยินยอมเห็นใจ	ชาย	-	41	4
	หญิง	-	37	8
ไม่เสถียรทางอารมณ์	ชาย	-	29	16
	หญิง	-	35	10

จากตารางที่ 4-3 ที่ทำการแจกแจงลักษณะบุคลิกภาพแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่างพบว่าในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบความไม่เด่นในแต่ละลักษณะบุคลิกภาพเพียงบุคลิกภาพเดียวคือ บุคลิกภาพสนใจต่อสิ่งภายนอก ในกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายที่พบเพียง 2 คน โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นั้นจะมีลักษณะบุคลิกภาพในแต่ละด้านระดับปานกลาง ในขณะที่การแจกแจงจำนวนด้านของลักษณะบุคลิกภาพที่โดดเด่นพบว่าในกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเด่นในบุคลิกภาพหลายด้านสูงสุดเพียงแค่สองด้านดังปรากฏในตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 ตารางแจกแจงจำนวนด้านของลักษณะบุคลิกภาพที่โดดเด่นในกลุ่มตัวอย่าง

สถานะเพศ	จำนวนด้านของลักษณะบุคลิกภาพที่โดดเด่น	
	เด่น 1 ด้าน	เด่น 2 ด้าน
ชาย	26	7
หญิง	22	11

4.2. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ประเด็นได้แก่ (1) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในภาพรวม (2) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย (3) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

4.2.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในภาพรวม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านได้แก่ (1) เปิดรับประสบการณ์ (2) พิถีพิถัน (3) สนใจต่อสิ่งภายนอก (4) ยินยอมเห็นใจ (5) ความไม่เสถียรทางอารมณ์ พฤติกรรมการฟังเพลงทั้ง 8 ค่า ได้แก่

1. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
2. ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
3. ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
4. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
5. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
6. ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
7. ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
8. ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

ตารางที่ 4-5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านและพฤติกรรม

การฟังเพลง

Correlations

		acousticness	danceability	energy	instrumentalness	liveness	speechiness	valence	tempo
Openness	Pearson Correlation	.116	-.253*	-.264*	.003	.203	.054	-.042	-.167
	Sig. (2-tailed)	.276	.016	.012	.980	.056	.610	.691	.115
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
Conscientiousness	Pearson Correlation	.199	.180	-.239*	-.212*	.231*	.196	-.035	-.248*
	Sig. (2-tailed)	.061	.089	.024	.045	.029	.064	.742	.018
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
Extraversion	Pearson Correlation	.444**	.105	-.452**	.020	-.292**	-.228*	-.132	-.189
	Sig. (2-tailed)	.000	.325	.000	.849	.005	.031	.216	.074
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
Agreeableness	Pearson Correlation	.147	.028	-.092	.015	-.002	-.046	.035	-.122
	Sig. (2-tailed)	.166	.793	.391	.885	.986	.667	.744	.251
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
Neuroticism	Pearson Correlation	-.056	-.056	.021	.401**	.080	-.027	-.093	-.024
	Sig. (2-tailed)	.603	.597	.846	.000	.456	.800	.385	.825
	N	90	90	90	90	90	90	90	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตาราง 4-5 เมื่อศึกษาพฤติกรรมกรฟังเพลงกับบุคลิกภาพหลักทั้งห้าด้าน ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่าสามารถแบ่งความสัมพันธ์แยกไปตามบุคลิกภาพได้ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

บุคลิกแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.253$)
- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.264$)

บุคลิกแบบพหิพิถันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .231$)

บุคลิกแบบพหิพิถันมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.239$)
- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.212$)
- ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.248$)

บุคลิกแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .444$)

บุคลิกแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.452$)
- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.492$)
- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.228$)

บุคลิกแบบไม่เสถียรทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .401$)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงคุณภาพ

เนื่องจากตัวแปรฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ของตัวอย่างทั้งหมดเป็นตัวแปรประเภทข้อมูลเชิงคุณ ในการหาความสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วี (Cramer's V)

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์

ตารางที่ 4-6 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง

Openness * mode Crosstabulation

Count		mode		Total
		0	1	
Openness	กลาง	2	71	73
	เด่น	0	17	17
Total		2	88	90

จากตาราง 4-6 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 90 คนมีบุคลิกภาพเด่นในด้านเปิดรับประสบการณ์จำนวน 17 คน และทั้ง 17 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านเปิดรับประสบการณ์จำนวนมีจำนวน 73 คนซึ่ง 71 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-7 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลง

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.073	.490
	Cramer's V	.073	.490
N of Valid Cases		90	

จากตาราง 4-7 พบว่าค่า p-value = 0.490 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพพิถีพิถัน

ตารางที่ 4-8 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง

Conscientiousness * mode Crosstabulation

Count

		mode		Total
		0	1	
Conscientiousness	กลาง	2	66	68
	เด่น	0	22	22
Total		2	88	90

จากตาราง 4-8 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 90 คนมีบุคลิกภาพเด่นในพิถีพิถันจำนวน 22 คน และทั้ง 22 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านพิถีพิถันจำนวนมีจำนวน 68 คนซึ่ง 66 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-9 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลง

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.086	.416
	Cramer's V	.086	.416
N of Valid Cases		90	

จากตาราง 4-9 พบว่าค่า p-value = 0.416 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพสนใจต่อสิ่ง
ภายนอก

ตารางที่ 4-10 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของ
เพลงของกลุ่มตัวอย่าง

Extraversion * mode Crosstabulation

Count		mode		Total
		0	1	
Extraversion	เด่น	0	7	7
	ปานกลาง	2	79	81
	ไม่เด่น	0	2	2
Total		2	88	90

จากตาราง 4-10 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 90 คนมีบุคลิกภาพเด่นในด้านสนใจ
ต่อสิ่งภายนอกจำนวน 7 คน และทั้ง 7 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟัง
เพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านสนใจต่อสิ่ง
ภายนอกจำนวนมีจำนวน 81 คนซึ่ง 79 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟัง
เพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์ และมีตัวอย่างจำนวน 2 คนที่พบว่าไม่
เด่นในด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลง
ย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์

ตารางที่ 4-11 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยม
ของโหมดของเพลง

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.050	.893
	Cramer's V	.050	.893
N of Valid Cases		90	

จากตาราง 4-11 พบว่าค่า p-value = 0.893 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง
สรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของ
เพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพยินยอมเห็นใจ

ตารางที่ 4-12 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลง
ของกลุ่มตัวอย่าง

Agreeableness * mode Crosstabulation

Count		mode		Total
		0	1	
Agreeableness	กลาง	2	76	78
	เด่น	0	12	12
Total		2	88	90

จากตาราง 4-12 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 90 คนมีบุคลิกภาพเด่นในด้านยินยอมเห็นใจจำนวน 12 คน และทั้ง 12 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านยินยอมเห็นใจจำนวนมีจำนวน 78 คนซึ่ง 76 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-13 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลง

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.059	.575
	Cramer's V	.059	.575
N of Valid Cases		90	

จากตาราง 4-13 พบว่าค่า p-value = 0.575 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพไม่เสถียรทางอารมณ์

ตารางที่ 4-14 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่าง

Neuroticism * mode Crosstabulation

Count		mode		Total
		0	1	
Neuroticism	กลาง	2	62	64
	เด่น	0	26	26
Total		2	88	90

จากตาราง 4-14 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 90 คนมีบุคลิกภาพเด่นในด้านเปิดรับประสบการณ์จำนวน 26 คน และทั้ง 26 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านไม่เสถียรทางอารมณ์ จำนวนมีจำนวน 64 คนซึ่ง 62 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-15 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของเพลง

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.096	.362
	Cramer's V	.096	.362
N of Valid Cases		90	

จากตาราง 4-15 พบว่าค่า p-value = 0.362 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

4.2.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน ในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ได้แก่ (1) เปิดรับประสบการณ์ (2) พิถีพิถัน (3) สนใจต่อสิ่งภายนอก (4) ยินยอมเห็นใจ (5) ความไม่เสถียรทางอารมณ์ พฤติกรรมการฟังเพลงทั้ง 8 ค่า ได้แก่

1. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
2. ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
3. ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
4. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
5. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
6. ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
7. ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
8. ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

ตารางที่ 4-16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านและ
พฤติกรรมกรรมการฟังเพลงของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

		Correlations ^a							
		acousticness	danceability	energy	instrumentalness	liveness	speechiness	valence	tempo
Openness	Pearson Correlation	.271	-.352*	-.598**	-.329*	.168	.078	-.066	-.253
	Sig. (2-tailed)	.072	.018	.000	.028	.271	.612	.668	.094
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Conscientiousness	Pearson Correlation	.260	-.160	-.486**	-.205	.204	.241	-.230	-.026
	Sig. (2-tailed)	.085	.295	.001	.178	.179	.111	.129	.867
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Extraversion	Pearson Correlation	.428**	-.066	-.396**	-.056	-.419**	-.127	-.022	.219
	Sig. (2-tailed)	.003	.668	.007	.715	.004	.405	.886	.149
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Agreeableness	Pearson Correlation	.140	.034	.100	.053	-.171	-.141	.261	.226
	Sig. (2-tailed)	.360	.825	.515	.728	.261	.354	.084	.135
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Neuroticism	Pearson Correlation	-.393**	.509**	.426**	.220	.315*	.301*	.101	-.198
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.004	.147	.035	.044	.511	.192
	N	45	45	45	45	45	45	45	45

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. gender = M

จากตาราง 4-16 เมื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงกับบุคลิกภาพหลักทั้งห้าด้านของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่าสามารถแบ่งความสัมพันธ์แยกไปตามบุคลิกภาพได้ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

บุคลิกแบบเปิดรับประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.352$)
- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.598$)

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.329$)

บุคลิกแบบพิธีพินัยของกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.486$)

บุคลิกแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกของกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.428$)
- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.396$)
- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.419$)

บุคลิกแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.393$)

บุคลิกแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .509$)
- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .426$)
- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .315$)
- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .301$)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงคุณภาพ

เนื่องจากตัวแปรฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ของตัวอย่างเพศชายเป็นตัวแปรประเภทข้อมูลเชิงคุณ ในการหาความสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วี (Cramer's V)

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพเปิดรับ ประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

ตารางที่ 4-17 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมตของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

Openness * mode Crosstabulation^a

Count

		mode	
		1	Total
Openness	กลาง	34	34
	เด่น	11	11
Total		45	45

a. gender = M

จากตารางที่ 4-17 พบได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายทั้ง 45 คนมีการแจกแจงบุคลิกภาพเด่นในด้านเปิดรับประสบการณ์จำนวน 11 คน และระดับกลาง 34 คน ทั้ง 45 คนมีฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนอยู่เพียงค่าเดียวจึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพพิถีพิถันของ
กลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

ตารางที่ 4-18 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่ม
ตัวอย่างสถานะเพศชาย

Conscientiousness * mode Crosstabulation^a

Count		mode	
		1	Total
Conscientiousness	กลาง	36	36
	เด่น	9	9
Total		45	45

a. gender = M

จากตารางที่ 4-18 พบได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายทั้ง 45 คนมีการแจกแจงบุคลิกภาพ
เด่นในด้านพิถีพิถันจำนวน 9 คน และระดับกลาง 36 คน ทั้ง 45 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลง
ทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าฐานนิยมของ
โหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนอยู่เพียงค่าเดียวจึงทำให้ไม่สามารถ
วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพสนใจต่อสิ่ง
ภายนอกของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

ตารางที่ 4-19 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของ
เพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

Extraversion * mode Crosstabulation^a

Count		mode	
		1	Total
Extraversion	เด่น	7	7
	ปานกลาง	38	38
Total		45	45

a. gender = M

จากตารางที่ 4-19 พบได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายทั้ง 45 คนมีการแจกแจงบุคลิกภาพ
เด่นในด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกจำนวน 7 คน และระดับกลาง 38 คน ทั้ง 45 คนมีฐานนิยมของโหมด
ของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าฐาน

นิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนอยู่เพียงค่าเดียวจึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพยินยอมเห็นใจของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

ตารางที่ 4-20 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมตของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

Agreeableness * mode Crosstabulation^a

Count		mode	
		1	Total
Agreeableness	กลาง	40	40
	เด่น	5	5
Total		45	45

a. gender = M

จากตารางที่ 4-20 พบได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายทั้ง 45 คนมีการแจกแจงบุคลิกภาพเด่นในด้านยินยอมเห็นใจจำนวน 5 คน และระดับกลาง 40 คน ทั้ง 45 คนมีฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนอยู่เพียงค่าเดียวจึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพไม่เสถียรทางอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

ตารางที่ 4-21 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมตของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชาย

Neuroticism * mode Crosstabulation^a

Count		mode	
		1	Total
Neuroticism	กลาง	28	28
	เด่น	17	17
Total		45	45

a. gender = M

จากตารางที่ 4-21 พบได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายทั้ง 45 คนมีการแจกแจงบุคลิกภาพเด่นในด้านไม่เสถียรทางอารมณ์จำนวน 17 คน และระดับกลาง 28 คน ทั้ง 45 คนมีฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าฐานนิยมของโหมตของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนอยู่เพียงค่าเดียวจึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ได้

4.2.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ได้แก่ (1) เปิดรับประสบการณ์ (2) พิถีพิถัน (3) สนใจต่อสิ่งภายนอก (4) ยินยอมเห็นใจ (5) ความไม่เสถียรทางอารมณ์ พฤติกรรมการฟังเพลงทั้ง 8 ค่า ได้แก่

1. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
2. ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
3. ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
4. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
5. ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
6. ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
7. ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
8. ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

ตารางที่ 4-22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านและ
พฤติกรรมกรรมการฟังเพลงของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

		Correlations ^a							
		acousticness	danceability	energy	instrumentalness	liveness	speechiness	valence	tempo
Openness	Pearson Correlation	.118	-.170	-.130	.146	.202	.098	-.067	-.187
	Sig. (2-tailed)	.439	.264	.394	.339	.183	.522	.663	.218
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Conscientiousness	Pearson Correlation	.186	.513**	-.152	-.256	.302*	.133	.187	-.433**
	Sig. (2-tailed)	.220	.000	.318	.090	.044	.383	.218	.003
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Extraversion	Pearson Correlation	.558**	.297*	-.602**	.072	-.062	-.380**	-.266	-.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048	.000	.637	.687	.010	.077	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Agreeableness	Pearson Correlation	.139	.008	-.189	-.004	.215	.001	-.117	-.297*
	Sig. (2-tailed)	.363	.958	.213	.978	.156	.997	.446	.047
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Neuroticism	Pearson Correlation	.086	-.468**	-.144	.507**	-.200	-.296*	-.255	.072
	Sig. (2-tailed)	.575	.001	.346	.000	.189	.048	.090	.640
	N	45	45	45	45	45	45	45	45

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. gender = F

จากตาราง 4-22 เมื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงกับบุคลิกภาพหลักทั้งห้าด้านของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่าสามารถแบ่งความสัมพันธ์แยกไปตามบุคลิกภาพได้ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

บุคลิกแบบพิตีพิตันของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.433$)

บุคลิกแบบพิตีพิตันของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .513$)

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่จะเป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .302$)

บุคลิกแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.602$)
- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.380$)
- ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.577$)

บุคลิกแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .558$)
- ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .297$)

บุคลิกแบบยินยอมเห็นใจของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.297$)

บุคลิกแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบกับ

- ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.468$)
- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = -.296$)

บุคลิกแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

- ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน ($r = .507$)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงคุณภาพ

เนื่องจากตัวแปรฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Mode) ของตัวอย่างเพศหญิงเป็นตัวแปรประเภทข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการหาความสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วี (Cramer's V)

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

ตารางที่ 4-23 ตารางแจกแจงระดับบุคคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยมของโหมดของ

เพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Openness * mode Crosstabulation^a

Count		mode		Total
		0	1	
Openness	กลาง	2	37	39
	เด่น	0	6	6
Total		2	43	45

a. gender = F

จากตาราง 4-23 สามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงทั้ง 45 คนมีบุคคลิกภาพเด่นในด้านเปิดรับประสบการณ์จำนวน 6 คน และทั้ง 6 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคคลิกภาพระดับกลางในด้านเปิดรับประสบการณ์จำนวนมีจำนวน 39 คนซึ่ง 37 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-24 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และฐานนิยม

ของโหมดของเพลงของตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Symmetric Measures^a

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.085	.570
	Cramer's V	.085	.570
N of Valid Cases		45	

a. gender = F

จากตาราง 4-24 พบว่าค่า p-value = 0.570 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปผลได้ว่าระดับบุคคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ในตัวอย่งสถานะเพศหญิงไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพพิถีพิถันของ
กลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

ตารางที่ 4-25 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่ม
ตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Conscientiousness * mode Crosstabulation^a

Count

		mode		Total
		0	1	
Conscientiousness	กลาง	2	30	32
	เด่น	0	13	13
Total		2	43	45

a. gender = F

จากตาราง 4-25 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงทั้ง 45 คนมีบุคลิกภาพ
เด่นในด้านพิถีพิถันจำนวน 13 คน และทั้ง 13 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติ
การฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านพิถีพิถัน
จำนวนมีจำนวน 32 คนซึ่ง 30 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลง
ย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-26 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันและฐานนิยมของโหมดของ
เพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Symmetric Measures^a

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.137	.356
	Cramer's V	.137	.356
N of Valid Cases		45	

a. gender = F

จากตาราง 4-26 พบว่าค่า p-value = 0.365 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง
สรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านพิถีพิถันในตัวอย่งสถานะเพศหญิงไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยม
ของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพสนใจต่อสิ่ง
ภายนอกของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

ตารางที่ 4-27 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยมของโหมดของ
เพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Extraversion * mode Crosstabulation^a

Count

	mode	mode		Total
		0	1	
Extraversion มากลาง		2	41	43
ไม่เด่น		0	2	2
Total		2	43	45

a. gender = F

จากตาราง 4-27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงทั้ง 45 ไม่พบบุคลิกภาพเด่นในด้าน
สนใจต่อสิ่งภายนอกจำนวน และทั้ง 45 มีบุคลิกภาพในด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกเพียงแค่ระดับกลาง
โดย 41 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็น
เมเจอร์ และ 2 คนเป็นไมเนอร์ และยังพบว่ามี 2 คนที่ไม่เด่นใจด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและมีฐาน
นิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์

ตารางที่ 4-28 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านสนใจต่อสิ่งภายนอกและฐานนิยม
ของโหมดของเพลงของตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Symmetric Measures^a

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.047	.755
	Cramer's V	.047	.755
N of Valid Cases		45	

a. gender = F

จากตาราง 4-28 พบว่าค่า p-value = 0.755 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง
สรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจในตัวอย่างสถานะเพศหญิงไม่มีความสัมพันธ์กับฐาน
นิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพยินยอมเห็นใจ
ของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

ตารางที่ 4-29 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลง
ของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Agreeableness * mode Crosstabulation^a

Count		mode		Total
		0	1	
Agreeableness	กลาง	2	36	38
	เด่น	0	7	7
Total		2	43	45

a. gender = F

จากตาราง 4-29 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงทั้ง 45 คนมีบุคลิกภาพเด่นในด้านยินยอมเห็นใจจำนวน 7 คน และทั้ง 7 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านยินยอมเห็นใจจำนวนมีจำนวน 38 คนซึ่ง 36 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-30 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจและฐานนิยมของโหมดของเพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Symmetric Measures^a

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.093	.535
	Cramer's V	.093	.535
N of Valid Cases		45	

a. gender = F

จากตาราง 4-30 พบว่าค่า p-value = 0.535 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านยินยอมเห็นใจในตัวอย่งสถานะเพศหญิงไม่มีความสัมพันธ์กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

การวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีของแครมเมอร์วีในลักษณะบุคลิกภาพไม่เสถียรทาง
อารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

ตารางที่ 4-31 ตารางแจกแจงระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยมของโหมดของ
เพลงของกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Neuroticism * mode Crosstabulation^a

Count

		mode		Total
		0	1	
Neuroticism	กลาง	2	34	36
	เด่น	0	9	9
Total		2	43	45

a. gender = F

จากตาราง 4-31 จะสามารถเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงทั้ง 45 คนมีบุคลิกภาพ
เด่นในด้านไม่เสถียรทางอารมณ์จำนวน 9 คน และทั้ง 9 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจาก
ประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ ในส่วนของคนมีบุคลิกภาพระดับกลางในด้านไม่
เสถียรทางอารมณ์จำนวนมีจำนวน 36 คนซึ่ง 34 คนมีฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติ
การฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือนที่เป็นเมเจอร์ และมี 2 คนที่เป็นไมเนอร์

ตารางที่ 4-32 แสดงระดับความสัมพันธ์ของระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์และฐานนิยม
ของโหมดของเพลงของตัวอย่างสถานะเพศหญิง

Symmetric Measures^a

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.108	.469
	Cramer's V	.108	.469
N of Valid Cases		45	

a. gender = F

จากตาราง 4-32 พบว่าค่า p-value = 0.469 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง
สรุปผลได้ว่าระดับบุคลิกภาพด้านไม่เสถียรทางอารมณ์ในตัวอย่งสถานะเพศหญิงไม่มีความสัมพันธ์
กับฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพหลักห้า
ประการสามารถสรุปออกมาเป็นตารางผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัว
แปรพฤติกรรมกรฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพเพื่อตอบสนองมิตฐานได้ดังตารางที่ 4-33 ถึง 4-47
ดังนี้

ตารางที่ 4-33 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	.116	.276	ยอมรับ H ₀
H ₂ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	-.253	.016	ปฏิเสธ H ₀
H ₃ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	-.264	.012	ปฏิเสธ H ₀
H ₄ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	.003	.980	ยอมรับ H ₀
H ₅ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	.203	.056	ยอมรับ H ₀
H ₆ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	.054	.610	ยอมรับ H ₀
H ₇ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	-.042	.691	ยอมรับ H ₀
H ₈ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	-.167	.115	ยอมรับ H ₀
H ₉ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)	.073	.490	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่าที่สำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4-34 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁₀ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	.199	.061	ยอมรับ H ₀
H ₁₁ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	.180	.089	ยอมรับ H ₀
H ₁₂ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	-.239	.024	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₃ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	-.212	.045	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₄ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	.231	.029	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₅ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	.196	.064	ยอมรับ H ₀
H ₁₆ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	-.035	.742	ยอมรับ H ₀
H ₁₇ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	-.248	.018	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₈ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)	.086	.416	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4-35 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁₀ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	.444	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₂₀ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	.105	.325	ยอมรับ H ₀
H ₂₁ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	-.452	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₂₂ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	.020	.849	ยอมรับ H ₀
H ₂₃ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	-.292	.005	ปฏิเสธ H ₀
H ₂₄ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	-.228	.031	ปฏิเสธ H ₀
H ₂₅ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	-.132	.216	ยอมรับ H ₀
H ₂₆ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	-.189	.074	ยอมรับ H ₀
H ₂₇ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)	.050	.893	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-36 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₂₈ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	.147	.166	ยอมรับ H ₀
H ₂₉ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	.028	.793	ยอมรับ H ₀
H ₃₀ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	-.092	.391	ยอมรับ H ₀
H ₃₁ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	.015	.885	ยอมรับ H ₀
H ₃₂ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	-.002	.986	ยอมรับ H ₀
H ₃₃ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	-.046	.667	ยอมรับ H ₀
H ₃₄ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	.035	.744	ยอมรับ H ₀
H ₃₅ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	-.122	.251	ยอมรับ H ₀
H ₃₆ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)	.059	.575	ยอมรับ H ₀

ตารางที่ 4-37 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₃₇ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	-.056	.603	ยอมรับ H ₀
H ₃₈ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	-.056	.597	ยอมรับ H ₀
H ₃₉ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	.021	.846	ยอมรับ H ₀
H ₄₀ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	.401	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₄₁ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	.080	.456	ยอมรับ H ₀
H ₄₂ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	-.027	.800	ยอมรับ H ₀
H ₄₃ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	-.093	.385	ยอมรับ H ₀
H ₄₄ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	-.024	.825	ยอมรับ H ₀
H ₄₅ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)	.096	.362	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่าที่สำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-38 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₄₆ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.271	.072	ยอมรับ H ₀
H ₄₇ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.352	.018	ปฏิเสธ H ₀
H ₄₈ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.598	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₄₉ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.329	.028	ปฏิเสธ H ₀
H ₅₀ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.168	.271	ยอมรับ H ₀
H ₅₁ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.078	.612	ยอมรับ H ₀
H ₅₂ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.066	.668	ยอมรับ H ₀
H ₅₃ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.253	.094	ยอมรับ H ₀
H ₅₄ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	N/A	N/A	ไม่สามารถวัดได้

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-39 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถันเมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₅₅ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.260	.085	ยอมรับ H ₀
H ₅₆ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.160	.295	ยอมรับ H ₀
H ₅₇ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.486	.001	ปฏิเสธ H ₀
H ₅₈ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.205	.178	ยอมรับ H ₀
H ₅₉ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.204	.179	ยอมรับ H ₀
H ₆₀ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.241	.111	ยอมรับ H ₀
H ₆₁ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.230	.129	ยอมรับ H ₀
H ₆₂ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.026	.867	ยอมรับ H ₀
H ₆₃ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	N/A	N/A	ไม่สามารถวัดได้

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-40 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกเมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐาน		Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₆₄ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.428	.003	ปฏิเสธ H ₀
H ₆₅ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.066	.668	ยอมรับ H ₀
H ₆₆ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.396	.007	ปฏิเสธ H ₀
H ₆₇ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.056	.715	ยอมรับ H ₀
H ₆₈ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.419	.004	ปฏิเสธ H ₀
H ₆₉ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.127	.405	ยอมรับ H ₀
H ₇₀ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.022	.886	ยอมรับ H ₀
H ₇₁ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.219	.149	ยอมรับ H ₀
H ₇₂ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	N/A	N/A	ไม่สามารถวัดได้

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-41 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจเมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₇₃ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.140	.360	ยอมรับ H ₀
H ₇₄ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.034	.825	ยอมรับ H ₀
H ₇₅ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.100	.515	ยอมรับ H ₀
H ₇₆ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.053	.728	ยอมรับ H ₀
H ₇₇ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.171	.261	ยอมรับ H ₀
H ₇₈ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.141	.354	ยอมรับ H ₀
H ₇₉ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.261	.084	ยอมรับ H ₀
H ₈₀ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.226	.135	ยอมรับ H ₀
H ₈₁ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	N/A	N/A	ไม่สามารถวัดได้

ตารางที่ 4-42 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₈₂ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.393	.008	ปฏิเสธ H ₀
H ₈₃ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.509	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₈₄ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.426	.004	ปฏิเสธ H ₀
H ₈₅ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.220	.147	ยอมรับ H ₀
H ₈₆ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.315*	.035	ปฏิเสธ H ₀
H ₈₇ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.301*	.044	ปฏิเสธ H ₀
H ₈₈ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	.101	.511	ยอมรับ H ₀
H ₈₉ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	-.198	.192	ยอมรับ H ₀
H ₉₀ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นชาย	N/A	N/A	ไม่สามารถวัดได้

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่าที่สำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-43 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₉₁ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.118	.439	ยอมรับ H ₀
H ₉₂ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.170	.264	ยอมรับ H ₀
H ₉₃ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.130	.394	ยอมรับ H ₀
H ₉₄ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.146	.339	ยอมรับ H ₀
H ₉₅ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.202	.183	ยอมรับ H ₀
H ₉₆ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.098	.522	ยอมรับ H ₀
H ₉₇ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.067	.663	ยอมรับ H ₀
H ₉₈ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.187	.218	ยอมรับ H ₀
H ₉₉ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.085	.570	ยอมรับ H ₀

ตารางที่ 4-44 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถันเมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁₀₀ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.186	.220	ยอมรับ H ₀
H ₁₀₁ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.513	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₀₂ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.152	.318	ยอมรับ H ₀
H ₁₀₃ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.256	.090	ยอมรับ H ₀
H ₁₀₄ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.302	.044	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₀₅ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.133	.383	ยอมรับ H ₀
H ₁₀₆ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.187	.218	ยอมรับ H ₀
H ₁₀₇ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.433	.003	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₀₈ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.137	.356	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่า p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-45 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกเมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁₀₉ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.558	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₁₀ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.297	.048	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₁₁ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.602	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₁₂ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.072	.637	ยอมรับ H ₀
H ₁₁₃ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.062	.687	ยอมรับ H ₀
H ₁₁₄ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.380	.010	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₁₅ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.266	.077	ยอมรับ H ₀
H ₁₁₆ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.577	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₁₇ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.047	.755	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

ตารางที่ 4-46 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจเมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁₁₈ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.139	.363	ยอมรับ H ₀
H ₁₁₉ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.008	.958	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₀ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.189	.213	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₁ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.004	.978	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₂ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.215	.156	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₃ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.001	.997	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₄ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.117	.446	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₅ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.297	.047	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₂₆ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.093	.535	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4-47 ผลลัพธ์ทางสถิติจากการวิเคราะห์ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง

สมมติฐาน	r	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁₂₇ : Acousticness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.086	.575	ยอมรับ H ₀
H ₁₂₈ : Danceability มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.468	.001	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₂₉ : Energy มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.144	.346	ยอมรับ H ₀
H ₁₃₀ : Instrumentalness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.507	.000	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₃₁ : Liveness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.200	.189	ยอมรับ H ₀
H ₁₃₂ : Speechiness มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.296	.048	ปฏิเสธ H ₀
H ₁₃₃ : Valence มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	-.255	.090	ยอมรับ H ₀
H ₁₃₄ : Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.072	.640	ยอมรับ H ₀
H ₁₃₅ : Mode มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) เมื่อสถานะเพศของผู้ฟังเพลงเป็นหญิง	.108	.469	ยอมรับ H ₀

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

4.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยสามารถพบคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งในภาพรวม สถานะเพศชาย และ สถานะเพศหญิงโดยแบ่งแยกตามลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านได้ดังตารางที่ 4-48 ถึง 4-52 โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อความเข้าใจได้ง่ายในการดูตารางดังนี้

1. Acousticness แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
2. Danceability แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
3. Energy แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยของความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
4. Instrumentalness แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
5. Liveness แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
6. Speechiness แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
7. Valence แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยที่บ่งบอกว่าเพลงเป็นเพลงเศร้าหรือเพลงสนุกของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
8. Tempo แทนคำว่า ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน
9. Mode แทนคำว่า ค่าที่เป็นฐานนิยมของโหมดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน

ตารางที่ 4-48 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ

เปิดรับประสบการณ์ในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง

	ภาพรวม		สถานะเพศชาย		สถานะเพศหญิง	
	r	p-value	r	p-value	r	p-value
Acousticness	.116	.276	.271	.072	.118	.439
Danceability	-.253	.016	-.352	.018	-.170	.264
Energy	-.264	.012	-.598	.000	-.130	.394
Instrumentalness	.003	.980	-.329	.028	.146	.339
Liveness	.203	.056	.168	.271	.202	.183
Speechiness	.054	.610	.078	.612	.098	.522
Valence	-.042	.691	-.066	.668	-.067	.663
Tempo	-.167	.115	-.253	.094	-.187	.218
Mode	.073	.490	N/A	N/A	.085	.570

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4-48 จะเห็นได้ว่าลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ทั้งในภาพรวม และในกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์กับ Danceability และ Energy แต่หากแยกวิเคราะห์ เฉพาะในกลุ่มสถานะเพศชายจะพบว่า Instrumentalness เป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ แต่กลับไม่พบคู่ความสัมพันธ์ใด ๆ ในกลุ่มตัวอย่าง สถานะเพศหญิงในการวิเคราะห์นี้

ตารางที่ 4-49 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ

พิถีพิถันในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง

	ภาพรวม		สถานะเพศชาย		สถานะเพศหญิง	
	r	p-value	r	p-value	r	p-value
Acousticness	.199	.061	.260	.085	.186	.220
Danceability	.180	.089	-.160	.295	.513	.000
Energy	-.239	.024	-.486	.001	-.152	.318
Instrumentalness	-.212	.045	-.205	.178	-.256	.090
Liveness	.231	.029	.204	.179	.302	.044
Speechiness	.196	.064	.241	.111	.133	.383
Valence	-.035	.742	-.230	.129	.187	.218
Tempo	-.248	.018	-.026	.867	-.433	.003
Mode	.086	.416	N/A	N/A	.137	.356

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4-49 พบว่าในภาพรวม Energy, Instrumentalness, Liveness และ Tempo มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพพิถีพิถัน อย่างไรก็ตามเมื่อดูผลการวิเคราะห์ในตัวอย่างสถานะเพศชายกลับพบว่า Energy เป็นตัวแปรเดียวที่ยังคงเหลือจากภาพรวมที่สัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพต่างจากในกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงที่พบสองตัวแปรที่เหมือนกับในภาพรวมที่มีความสัมพันธ์ซึ่งก็คือ Liveness และ Tempo ที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพและยังมีตัวแปร Danceability เพิ่มเติมที่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4-50 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ

สนใจต่อสิ่งภายนอกในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง

	ภาพรวม		สถานะเพศชาย		สถานะเพศหญิง	
	r	p-value	r	p-value	r	p-value
Acousticness	.444	.000	.428	.003	.558	.000
Danceability	.105	.325	-.066	.668	.297	.048
Energy	-.452	.000	-.396	.007	-.602	.000
Instrumentalness	.020	.849	-.056	.715	.072	.637
Liveness	-.292	.005	-.419	.004	-.062	.687
Speechiness	-.228	.031	-.127	.405	-.380	.010
Valence	-.132	.216	-.022	.886	-.266	.077
Tempo	-.189	.074	.219	.149	-.577	.000
Mode	.050	.893	N/A	N/A	.047	.755

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4-50 เห็นได้ว่าตัวแปร Acousticness และ Energy เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพสนใจต่อสิ่งภายนอกทั้งในภาพรวม ในสถานะเพศชาย และในสถานะเพศหญิง และสถานะเพศชายยังมีความสัมพันธ์ในตัวแปร Liveness ที่เหมือนกับในภาพรวม ในขณะที่สถานะเพศหญิงนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรเหมือนกับในภาพรวม คือ Speechiness และมีความสัมพันธ์กับตัวแปร Tempo และ Danceability ที่นอกเหนือจากในภาพรวม และสถานะเพศชาย

ตารางที่ 4-51 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ

ยินยอมเห็นใจในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง

	ภาพรวม		สถานะเพศชาย		สถานะเพศหญิง	
	r	p-value	r	p-value	r	p-value
Acousticness	.147	.166	.140	.360	.139	.363
Danceability	.028	.793	.034	.825	.008	.958
Energy	-.092	.391	.100	.515	-.189	.213
Instrumentalness	.015	.885	.053	.728	-.004	.978
Liveness	-.002	.986	-.171	.261	.215	.156
Speechiness	-.046	.667	-.141	.354	.001	.997
Valence	.035	.744	.261	.084	-.117	.446
Tempo	-.122	.251	.226	.135	-.297	.047
Mode	.059	.575	N/A	N/A	.093	.535

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4-51 ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงและลักษณะบุคลิกภาพ ยินยอมเห็นใจในภาพรวมและในสถานะเพศชาย อย่างไรก็ตามกลับพบความสัมพันธ์ระหว่าง Tempo กับตัวอย่างสถานะเพศหญิง

ตารางที่ 4-52 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงกับลักษณะบุคลิกภาพ

ไม่เสถียรทางอารมณ์ในภาพรวม สถานะเพศชาย และสถานะเพศหญิง

	ภาพรวม		สถานะเพศชาย		สถานะเพศหญิง	
	r	p-value	r	p-value	r	p-value
Acousticness	-.056	.603	-.393	.008	.086	.575
Danceability	-.056	.597	.509	.000	-.468	.001
Energy	.021	.846	.426	.004	-.144	.346
Instrumentalness	.401	.000	.220	.147	.507	.000
Liveness	.080	.456	.315*	.035	-.200	.189
Speechiness	-.027	.800	.301*	.044	-.296	.048
Valence	-.093	.385	.101	.511	-.255	.090
Tempo	-.024	.825	-.198	.192	.072	.640
Mode	.096	.362	N/A	N/A	.108	.469

หมายเหตุ ■ แสดงถึงค่านัยสำคัญที่ p-value น้อยกว่า 0.05 และ ■ p-value น้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4-52 ลักษณะบุคลิกภาพไม่เสถียรทางอารมณ์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับตัวแปร Instrumentalness เพียงตัวแปรเดียว อย่างไรก็ตามก็ยังคงพบความสัมพันธ์กับตัวแปร Instrumentalness เช่นกันในกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง อย่างไรก็ตามกลับพบว่ามีความสัมพันธ์ในตัวแปร Speechiness และ Danceability ในด้านลบสวนทางกับกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายที่สัมพันธ์กับตัวแปร Speechiness และ Danceability ในด้านบวก รวมทั้งพบความสัมพันธ์กับตัวแปร Acousticness และ Liveness ที่ไม่สามารถพบในภาพรวมและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงบุกเบิก (Exploratory Research) เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการศึกษาตัวแปรของลักษณะของเพลง ซึ่งเก็บข้อมูลลักษณะบุคลิกภาพผ่านแบบทดสอบลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้หรือเคยใช้บริการสตรีมมิงของสปอทิฟายภายใน 1 ปีที่ผ่านมาที่อยู่ใน เจเนอเรชัน Z (เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2540 – 2552) ร่วมกับการฟังเพลงผ่านบริการสปอทิฟายในระยะเวลา 3 เดือนล่าสุดจำนวน 90 คน หลังจากการรวบรวมข้อมูลและจัดการข้อมูลเรียบร้อย จึงวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (IBM SPSS Statistics 22.0) ซึ่งสรุปและอภิปรายผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพหลักห้าด้านกับคุณลักษณะของเพลง นั้นพบความสัมพันธ์หลายส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก และบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ที่พบความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของเพลงที่เลือกฟังอย่างชัดเจน ซึ่งงานวิจัยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience)

จากการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับ Danceability ($r = -.253$) และ Energy ($r = -.264$) หมายความว่าบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ จะมีแนวโน้มในการฟังเพลงประเภทไม่มีความหนักแน่นในพลังงาน (เช่น เพลงที่ใช้เครื่องดนตรีไฟฟ้า) และ มีแนวโน้มที่จะฟังเพลงที่ไม่เหมาะในการเต้น ในขณะที่การวิเคราะห์ในกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะเพศต่างกันพบว่า กลุ่มตัวอย่างสถานะเพศชายพบความสัมพันธ์สอดคล้องกับภาพรวม และพบความสัมพันธ์เชิงลบกับเพลงแนวดนตรีบรรเลง (Instrumentalness) ($r = -.329$) แต่ไม่พบความสัมพันธ์ใดในกลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิง

บุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน (Conscientiousness)

จากการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพแบบพิถีพิถันมีความสัมพันธ์กับ Tempo ($r = -.248$) Energy ($r = -.239$) Instrumentalness ($r = -.212$) และ Liveness ($r = .231$) ซึ่งหมายความว่าบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน จะมีแนวโน้มในการฟังที่ความเร็วของเพลงช้ากว่าบุคลิกอื่น รวมไปถึงการ

ฟังเพลงประเภทที่ไม่มีความหนักแน่นในพลังงาน มีแนวโน้มที่จะไม่เลือกฟังเพลงบรรเลง แต่จะมีแนวโน้มในการฟังเพลงที่เป็นการแสดงสด ในขณะที่การวิเคราะห์โดยแยกตามสถานะเพศพบว่าในเพศชายนั้นมีเพียงแค่นำแนวโน้มที่จะไม่ฟังเพลงที่มีความหนาแน่นในพลังงาน (Energy) ($r = -.486$) ในระดับที่มากกว่าในภาพรวม ในส่วนของเพศหญิงพบว่า มีแนวโน้มที่จะฟังเพลงที่ช้ากว่าบุคลิกอื่นและเป็นการแสดงสดสอดคล้องกับภาพรวม และพบความสัมพันธ์เพิ่มเติมกับเพลงที่เหมาะสมแก่การเต้น (Danceability) ($r = .513$)

บุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion)

จากการวิเคราะห์พบว่าบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกมีความสัมพันธ์กับ Energy ($r = -.452$) Acousticness ($r = .444$) Liveness ($r = -.292$) และ Speechiness ($r = -.228$) สามารถสรุปได้ว่าบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกมีแนวโน้มที่จะฟังเพลงที่มีลักษณะไม่เป็นเสียงสังเคราะห์หรือเครื่องดนตรีไฟฟ้า รวมไปถึงแนวโน้มที่จะฟังเพลงประเภทไม่มีความหนักแน่นในพลังงาน ไม่ใช้รูปแบบการแสดงสด และไม่มีท่อนในเพลงมาก ในการวิเคราะห์โดยแยกตามสถานะเพศพบว่า ในเพศชายนั้นยังคงมีแนวโน้มในการฟังเพลงคล้ายคลึงกับภาพรวม ต่างจากเพศหญิงที่มีแนวโน้มในการเลือกฟังเพลงเหมือนภาพรวมแค่ในส่วนของ ฟังเพลงที่มีลักษณะไม่เป็นเสียงสังเคราะห์ รวมไปถึงการฟังเพลงประเภทไม่มีความหนักแน่นในพลังงาน และจะไม่ฟังเพลงที่มีการท่อนในเพลงมาก โดยมีแนวโน้มที่จะฟังเพลงที่ความเร็วของเพลงช้ากว่าบุคลิกอื่น (Tempo) ($r = -.577$) และฟังเพลงที่เหมาะสมแก่การเต้น (Danceability) ($r = .297$)

บุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ (Agreeableness)

จากการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจเป็นบุคลิกภาพประเภทเดียวที่ไม่พบความสัมพันธ์กับการฟังเพลงในลักษณะใด ๆ ในภาพรวม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างสถานะเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะฟังเพลงมีจังหวะเพลงช้า (Tempo) ($r = -.297$)

บุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism)

จากการวิเคราะห์พบว่าบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์มีความสัมพันธ์กับ Instrumentalness ($r = .401$) เพียงแค่ตัวแปรเดียวซึ่งหมายความว่าบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์มีแนวโน้มที่จะฟังเพลงแนวดนตรีบรรเลง อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์แยกตามสถานะเพศจะพบว่า ในสถานะเพศหญิงยังคงมีแนวโน้มในการเลือกฟังเพลงเช่นเดียวกับภาพรวม แต่

จะมีแนวโน้มอื่นด้วยได้แก่ ไม่ฟังเพลงที่เหมาะสมแก่การเต้น (Danceability) ($r = -.468$) และการพูดในเพลงมาก (Speechiness) ($r = -.296$) ในขณะที่สถานะเพศชายจะมีแนวโน้มในการเลือกฟังเพลงที่แทบตรงกันข้ามกับเพศหญิง คือจะฟังเพลงที่เหมาะสมแก่การเต้น (Danceability) ($r = .509$) และการพูดในเพลงมาก (Speechiness) ($r = .301$) รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะฟังเพลงที่มีความหนาแน่นในพลังงาน (Energy) ($r = .426$) เป็นการแสดงสด ($r = .315$) และแนวโน้มจะไม่ฟังเพลงที่ถูกเล่นโดยเครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้า (Acousticness) ($r = -.393$)

ในด้านของความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตพบว่างานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาจากลักษณะบุคลิกภาพและ พฤติกรรมการฟังเพลงที่มุ่งเน้นไปที่คุณลักษณะของเพลง ซึ่งต่างจากงานในอดีตที่ศึกษาความสัมพันธ์กับแนวเพลง จึงไม่สามารถสรุปความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีตได้โดยตรง มีเพียงแค่การศึกษาที่ใกล้เคียงของ Colley (2008) กับผลการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) ที่พบความสอดคล้องเพียงแค่ว่าในเรื่องพฤติกรรมการเลือกฟังเพลงของงานศึกษาก่อนหน้าก็กับกลุ่มตัวอย่างบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) ในงานวิจัยนี้ พบว่าหน่วยตัวอย่างเพศชายจะเลือกฟังเพลงที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมในเพลงสูง เหมือนกับงานศึกษาที่บอกว่าเพศชายจะเลือกฟังเพลงที่มีน้ำเสียงหนักแน่น และตัวอย่างเพศหญิงจะเลือกฟังเพลงแนวเพลงบรรเลงที่ตรงกับงานศึกษาที่บอกว่าผู้ฟังเพศหญิงจะชอบฟังเพลงแนวฟังสบาย

จากผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพหลักห้าด้านกับคุณลักษณะของเพลง นั้นพบว่า คุณลักษณะของเพลงที่ต่างกันสามารถสะท้อนถึงลักษณะบุคลิกภาพของผู้ฟังได้โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้า (Acousticness)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้า (Acousticness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพเพียงแค่สองบุคลิกภาพ ได้แก่ สนใจต่อสิ่งภายนอก และไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยที่ความสัมพันธ์เชิงบวกกับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกทั้งในภาพรวม ($r = .444$) สถานะเพศชาย ($r = .428$) และหญิง ($r = .558$) ที่สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกฟังเพลงที่ใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าเล่นจะมีแนวโน้มที่จะเด่นในอุปนิสัยแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก ตรงกันข้ามกับผู้ที่เด่นในลักษณะบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ในสถานะเพศชายที่จะพบ

ความสัมพันธ์ที่เป็นลบ ($r = -.393$) ที่สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกฟังเพลงที่ใช้เครื่องเล่นดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าจะมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่เด่นในลักษณะอุปนิสัยแบบไม่เสถียรทางอารมณ์

ความเหมาะสมในการเต้นของเพลง (Danceability)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าความเหมาะสมในการเต้นของเพลง (Danceability) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพสี่บุคลิกภาพ ได้แก่ เปิดรับประสบการณ์ พิถีพิถัน สนใจต่อสิ่งภายนอก และไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยพบความสัมพันธ์เชิงบวกกับลักษณะบุคลิกภาพแบบพิถีพิถันสถานะเพศหญิง ($r = .513$) เปิดรับประสบการณ์สถานะเพศหญิง ($r = .297$) และ ไม่เสถียรทางอารมณ์ ($r = .509$) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกฟังเพลงที่มีความเหมาะสมแก่การเต้นนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็น เพศหญิงที่เด่นในบุคลิกภาพพิถีพิถัน และ/หรือ บุคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์ สำหรับในเพศชายจะเด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์

ในด้านความสัมพันธ์เชิงลบพบความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในภาพรวม ($r = -.253$) และเพศชาย ($r = -.352$) บุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์เพศหญิง ($r = -.468$) สรุปได้ว่าบุคคลที่ไม่เลือกฟังเพลงที่เหมาะสมแก่การเต้นจะมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพเปิดรับประสบการณ์โดยเฉพาะในเพศชาย หรือเด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ในเพศหญิง

ความหนาแน่นของกิจกรรม (Energy)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าความหนาแน่นของกิจกรรม (Energy) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพสี่บุคลิกภาพ ได้แก่ เปิดรับประสบการณ์ พิถีพิถัน สนใจต่อสิ่งภายนอก และไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยพบความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์เพศชาย ($r = .426$) ที่พบว่าบุคคลที่เลือกฟังเพลงที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมที่สูงจะมีแนวโน้มเป็นเพศชายที่เด่นในบุคลิกภาพไม่เสถียรทางอารมณ์

ในส่วนความสัมพันธ์เชิงลบพบความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในภาพรวม ($r = -.264$) และ สถานะเพศชาย ($r = -.598$) พิถีพิถันในภาพรวม ($r = -.239$) และสถานะเพศชาย ($r = -.486$) สนใจต่อสิ่งภายนอกทั้งในภาพรวม ($r = -.452$) สถานะเพศหญิง ($r = -.396$) และชาย ($r = -.602$) ที่สรุปได้ว่าบุคคลที่เสี่ยงในการฟังเพลงที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมที่สูง จะมี

แนวโน้มนั้นเป็นบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ และ/หรือ พิถีพิถัน และ/หรือ สนใจต่อสิ่งภายนอก

โดยที่มีจุดสังเกตสำคัญจะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างค่าความหนาแน่นของพลังงานกับลักษณะบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก และ ไม่เสถียรทางอารมณ์นั้น เมื่อเทียบกับค่าความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้า บ่อยครั้งจะมีความสัมพันธ์ที่สวนทางกัน

ความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลง (Instrumentalness)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลง (Instrumentalness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพสามบุคลิกภาพ ได้แก่ เปิดรับประสบการณ์ พิถีพิถัน และ ไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยพบความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ในภาพรวม ($r = .401$) และ เพศหญิง ($r = .507$) พบว่าบุคคลที่เลือกฟังเพลงแบบดนตรีบรรเลงจะมีแนวโน้มที่เป็นบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยเฉพาะในเพศหญิง

ในส่วนความสัมพันธ์เชิงลบพบความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ในสถานะเพศชาย ($r = -.329$) พิถีพิถันในภาพรวม ($r = -.212$) สรุปได้ว่าบุคคลที่เลือกไม่ฟังเพลงที่เป็นดนตรีบรรเลงจะมีแนวโน้มเด่นในบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน และเด่นในบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์หากมีสถานะเพศเป็นชาย

ความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสด (Liveness)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสด (Liveness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพสามบุคลิกภาพ ได้แก่ พิถีพิถัน สนใจต่อสิ่งภายนอก และ ไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยพบความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พิถีพิถันในภาพรวม ($r = .231$) และ สถานะเพศหญิง ($r = .302$) ไม่เสถียรทางอารมณ์เพศชาย ($r = .315$) สรุปได้ว่าบุคคลที่เลือกฟังเพลงที่เป็นการแสดงสดมีแนวโน้มที่จะเด่นในบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน โดยเฉพาะเพศหญิง ในส่วนเพศชายจะเด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์

ในด้านความสัมพันธ์เชิงลบจะพบเพียงความสัมพันธ์เดียวคือ บุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกในภาพรวม ($r = -.292$) และเพศชาย ($r = -.419$) ที่สรุปได้ว่าบุคคลที่ไม่เลือกฟังเพลงที่เป็นการแสดงสดมีแนวโน้มที่จะเด่นในบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก

ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูด (Speechiness)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูด (Speechiness) มีความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพสองบุคลิกภาพ ได้แก่ เปิดรับประสบการณ์ และไม่เสถียรทางอารมณ์ โดยพบความสัมพันธ์เชิงบวกเพียงแค่นั้น บุคลิกภาพไม่เสถียรทางอารมณ์เพศชาย ($r = .301$) เท่านั้น ต่างจากความสัมพันธ์เชิงลบที่พบในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์เพศหญิง ($r = -.296$) และบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอกในภาพรวม ($r = -.228$) และเพศหญิง ($r = -.38$) สามารถสรุปได้ว่าบุคคลที่เลือกฟังเพลงที่มีการพูดอยู่ในเพลงจำนวนมาก หรือมีความเร็วในการร้องเพลงระดับเดียวกับการพูดจะมีแนวโน้มเป็นเพศชายที่เด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ ตรงกันข้ามกับผู้ที่เลือกไม่ฟังจะมีแนวโน้มเป็นเพศหญิงที่เด่นในบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ และ/หรือ เด่นในบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก

ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลง (Tempo)

จากการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลง (Tempo) พบว่ามีเพียงแต่ความสัมพันธ์เชิงลบกับลักษณะบุคลิกภาพสามบุคลิกภาพ ได้แก่ พิถีพิถันในภาพรวม ($r = -.248$) และสถานะเพศหญิง ($r = -.433$) สนใจต่อสิ่งภายนอกสถานะเพศชาย ($r = -.577$) และ ยินยอมเห็นใจสถานะเพศหญิง ($r = -.297$) สามารถสรุปได้ว่าบุคคลที่ไม่ฟังเพลงที่มีจังหวะความเร็วของเพลงที่เร็ว จะมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่เด่นในบุคลิกภาพแบบพิถีพิถัน โดยเฉพาะในเพศหญิง และ/หรือ เด่นในบุคลิกภาพแบบยินยอมเห็นใจ โดยในบุคคลที่เป็นผู้ชายจะเด่นในบุคลิกภาพแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก

อย่างไรก็ตามแนวโน้มของแนวเพลงที่ได้รับความนิยมมีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งมีแนวเพลงใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นตลอดเวลา (Rubin, 2019) ซึ่งทำให้นักวิจัยในอดีตไม่สามารถครอบคลุมแนวเพลงได้ทุกแนว ผู้วิจัยจึงเชื่อว่าการศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับคุณลักษณะของเพลงจะสามารถครอบคลุมการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการฟังเพลงได้มากกว่า

5.2. การนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้

การนำไปเชิงประยุกต์

งานวิจัยนี้เป็นการทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของลักษณะบุคลิกภาพ และ พฤติกรรมการฟังเพลง ซึ่งทั้งสองต่างเป็นความรู้ความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า (Customer Insight) ที่สามารถนำมาใช้ในการทำการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่

องค์กรธุรกิจให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลที่ไม่รบกวนลูกค้า (Non-intrusive) งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ขององค์กรธุรกิจในการใช้ข้อมูลที่เก็บโดยไม่รบกวนลูกค้า (Non-intrusive) ในทางธุรกิจได้เช่น การเลือกใช้เพลงในโฆษณาให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย เช่นการใช้เพลงบรรเลงสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ หรือ การใช้เพลงที่ไม่มี ความหนักแน่นในพลังงาน ไม่มีการใช้เสียงสังเคราะห์เน้นเครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้ากับกลุ่มเป้าหมายแบบสนใจต่อสิ่งภายนอก ในทางกลับกันการรู้พฤติกรรมการฟังเพลงนั้นย่อมทำให้องค์กรสามารถ คาดการณ์ลักษณะบุคลิกภาพของลูกค้าได้เพื่อที่จะดำเนินด้านการตลาดด้านอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับ ลักษณะบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเลือกใช้ข้อความในโฆษณาเพื่อให้สอดคล้องกับ บุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

การนำไปใช้ทางทฤษฎี

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้านกับพฤติกรรม การฟังเพลงที่สะท้อนมาจากคุณลักษณะของเพลงที่ฟัง รวมไปถึงการเพิ่มตัวแปรกำกับได้แก่ สถานะ เพศ ที่ให้ผลการศึกษาที่มีความแตกต่างจากงานวิจัยในอดีต ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้สามารถนำไปต่อ ยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการฟังเพลง ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์และระดับความสัมพันธ์ของลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน ได้แก่ (1) เปิดรับ ประสบการณ์ (Openness to experience) (2) พิถีพิถัน (Conscientiousness) (3) สนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) (4) ยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) (5) ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) ที่มีต่อพฤติกรรมการ ฟังเพลง ได้แก่ (1) ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่จะใช้เครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าทั้งหมดจาก ประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Acousticness) (2) ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการ เต้นของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Danceability) (3) ค่าเฉลี่ยของความหนาแน่นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลง ย้อนหลัง 3 เดือน (Energy) (4) ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงแบบดนตรีบรรเลงของ เพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Instrumentalness) (5) ค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นเพลงที่เป็นการแสดงสดของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลง ย้อนหลัง 3 เดือน (Liveness) (6) ค่าเฉลี่ยสัดส่วนของเสียงพูดที่ปรากฏในเพลงทั้งหมด

จากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Speechiness) และ (7) ค่าเฉลี่ยความเร็วของเพลงทั้งหมดจากประวัติการฟังเพลงย้อนหลัง 3 เดือน (Tempo) ในงานวิจัยก่อนหน้านี้ผู้วิจัยยังไม่พบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการฟังเพลงที่ถูกสะท้อนออกมาในรูปแบบคุณลักษณะของเพลง ดังนั้นผลการศึกษาในงานวิจัยนี้จึงงานวิจัยเชิงบุกเบิกเกี่ยวกับพฤติกรรมการฟังเพลงที่ถูกสะท้อนออกมาในรูปแบบคุณลักษณะของเพลงดังกล่าว

2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ และ ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีความต่างกันตามตัวแปรกำกับที่ศึกษาเพิ่มเติม คือ สถานะเพศ ที่พบว่าพฤติกรรมในการเลือกฟังเพลงของหน่วยตัวอย่างสถานะเพศชายและหญิงมีความแตกต่างกันถึงแม้ว่าจะมีลักษณะบุคลิกภาพเดียวกัน ผู้วิจัยไม่พบงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาความแตกต่างของสถานะเพศกับพฤติกรรมการฟังเพลงที่ถูกสะท้อนออกมาในรูปแบบคุณลักษณะของเพลง มีเพียงแค่การศึกษาที่ใกล้เคียงของ Colley (2008) ที่พบว่าพฤติกรรมการเลือกฟังเพลงของผู้ฟังเพลงมีความแตกต่างในแต่ละสถานะเพศ ผู้ฟังเพศหญิงจะชอบฟังเพลงแนวฟังสบาย ต่างจากเพศชายชอบฟังเพลงที่มีน้ำเสียงหนักแน่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในลักษณะบุคลิกภาพแบบไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะเลือกฟังเพลงแนวเพลงบรรเลง และเพศชายจะเลือกฟังเพลงที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมในเพลงสูง ที่ทำให้ยืนยันได้ว่าพฤติกรรมการฟังเพลงของหน่วยตัวอย่างสถานะเพศชายและหญิงมีความแตกต่าง ถึงแม้ว่าจะมีลักษณะบุคลิกภาพประเภทเดียวกัน

5.3. ข้อจำกัดและโอกาสการวิจัยในอนาคต

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสตรีมมิงมีวัตถุประสงค์ในการฟังเพลงได้หลากหลายวัตถุประสงค์ เช่น การฟังเพลงเพื่อความบันเทิง เพื่อสร้างสมาธิ หรือ เพื่อผ่อนคลาย โดยวัตถุประสงค์ที่ต่างกันอาจทำให้พฤติกรรมการฟังเพลงของผู้ฟังมีความแตกต่างกัน ดังนั้นงานวิจัยนี้อาจจะไม่สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ของการฟังได้ การศึกษาต่อยอดในอนาคตจึงควรพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ของการฟังเพลงร่วมกับพฤติกรรมการฟังเพลงด้วย
2. งานวิจัยนี้ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิงจากสפוטיפายเพียงรายเดียว ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการฟังเพลงในบริการอื่น ๆ หรือ รูปแบบที่ไม่ใช่สตรีมมิงได้ อย่างไรก็ตามหากมีการศึกษากับบริการฟังเพลงสตรีมมิงบริการอื่นนั้น

อาจมีความแตกต่างในด้านข้อมูล เช่น การคำนวณคุณลักษณะของเพลง หรือวิธีการบันทึกเวลาในการฟังเพลง เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าการศึกษาด้วยข้อมูลจากบริการสตรีมมิงอื่นที่นอกเหนือจากสปอטיפายอาจพบพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงของผู้ใช้งานแตกต่างกันไป จากผลการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ประเภทหรือจำนวนของเพลงที่ให้บริการที่แตกต่างกันด้วยเหตุผลทางลิขสิทธิ์ กลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันในแต่ละบริการสตรีมมิง เป็นต้น ดังนั้นสำหรับงานวิจัยในอนาคตผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรศึกษากับบริการสตรีมมิงรายอื่นที่มีความแตกต่างกันกับสปอטיפาย ตัวอย่างเช่น Apple Music ที่เป็นบริการฟังเพลงสตรีมมิงเช่นเดียวกันแต่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้โทรศัพท์ไอโฟน (iPhone) Tidal ที่มีกลุ่มเป้าหมายฟังเพลงที่มีคุณภาพของเสียงสูง JOOX ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ฟังเพลงไทย หรือ Fungjai ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่ชื่นชอบฟังแนวดนตรีอิสระ (Indie Music)

3. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเจเนอเรชัน Z ซึ่งผลการศึกษางานวิจัยนี้ใช้ได้กับกลุ่มคนที่อยู่ในเจเนอเรชัน Z เท่านั้น ไม่สามารถนำงานวิจัยนี้ไปใช้งานกับบุคคลในเจเนอเรชันอื่นได้ ดังนั้นสำหรับงานวิจัยในอนาคตผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเจเนอเรชันอื่น ๆ ร่วมด้วย
4. ตัวแปรที่ถูกนำมาศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นตัวแปรที่ได้จากการเรียกใช้ API ของสปอטיפาย ซึ่งทางสปอטיפายไม่ได้เผยแพร่อัลกอริทึมการคำนวณค่าของตัวแปร จึงไม่สามารถทราบวิธีการคำนวณตัวแปรที่ชัดเจน ถึงแม้ว่าตัวแปรที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างจะมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่น้อย แต่ไม่สามารถตอบข้อสังเกตที่มีกับเพลงบางเพลงได้
5. งานวิจัยนี้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงหน่วยตัวอย่างได้ตามจำนวนที่วางแผนไว้คือ 180 คน ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องใช้หน่วยตัวอย่างขั้นต่ำคือ 90 คน สำหรับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตควรเก็บหน่วยตัวอย่างจำนวนมากกว่านี้ เพื่อลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดการใช้หน่วยตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยเกินไป

งานวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดกับคุณลักษณะของเพลงด้านอื่นที่นอกเหนือจากคุณลักษณะที่ได้จากสปอטיפาย รวมทั้งการศึกษาถึงความต่างของคุณลักษณะของแต่ละแนวเพลง รวมไปถึงสามารถนำไปต่อยอดด้านการศึกษาตัวแบบในการคาดการณ์บุคลิกภาพจากคุณลักษณะของเพลงที่รวมถึงศึกษาต่อยอดเรื่องความแตกต่างทางสถานะเพศกับพฤติกรรมกรรมการฟังเพลง เป็นต้น

ภาคผนวก

ก. ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

ใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิง และ
บุคลิกภาพด้านความสนใจต่อสิ่งภายนอกของผู้ใช้สปอทิฟาย

วันที่ให้คำยินยอม วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการเก็บข้อมูลในส่วนบุคลิกภาพหลักห้าด้าน และข้อมูลพฤติกรรมการฟังเพลงย้อนหลัง 50 เพลง และ 1 ปีจากบริการสปอทิฟาย
2. ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ
3. ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปแบบของการสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า แล้วจะกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น
4. ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว และมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม
(.....)

ลงนาม.....พยาน
(.....)

ลงนาม.....ผู้ทำวิจัย
(.....)

ข. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามนี้จัดทำโดยหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสตรีมมิง และ บุคลิกภาพด้านความสนใจต่อสิ่งภายนอกของผู้ใช้สเปคทิฟาย

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ (Thesis) ในการศึกษาาระดับปริญญาโทจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง คำตอบทุกข้อในแบบสอบถามที่ท่านกรณมาให้ข้อมูลมาจะถูกเก็บเป็นความลับและคำตอบของท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลเพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น โดยจะไม่มีอ้างอิงคำตอบเป็นรายบุคคลแต่อย่างใด แบบสอบถามฉบับนี้มี 2 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบประเมินลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชี้แจง กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ตรงกับตอบที่ท่านต้องการ

- เพศ (Gender) ของท่าน กรุณาตอบตามความรู้สึกของท่านโดยไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามเพศสภาพ
 ชาย หญิง ไม่มีตัวเลือกที่ตรงกับความรู้สึก
- อายุ _____ ปี
- เบอร์โทรศัพท์มือถือ _____ สำหรับติดต่อในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล
- สัดส่วนบริการสตรีมมิงที่ใช้ กรุณาตอบตามสัดส่วนการใช้งานเป็นร้อยละ

บริการสตรีมมิง	สัดส่วนการใช้งาน (ร้อยละ)
Spotify	
Apple Music	
YouTube Music	
JOOX	
อื่น ๆ _____	

5. ข้อมูลเกี่ยวกับการฟังเพลงย้อนหลังของท่าน

5.1. OAuth Token _____

5.2. จำนวนเพลงที่ฟังผ่านสปอטיפายเฉลี่ยใน 1 วัน _____ เพลง (ผู้วิจัยจะให้คำแนะนำในการขอข้อมูลส่วนนี้จากสปอטיפาย)

ส่วนที่ 2 แบบประเมินลักษณะบุคลิกภาพหลักห้าด้าน

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี่ว่าสอดคล้องกับท่านมากน้อยเพียงใด โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ตรงกับคำตอบที่ท่านต้องการเพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อและโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่แน่ใจ (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
1. เมื่อฉันพบว่าวิธีใดเป็นวิธีการที่ถูกต้องในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้เสร็จ ฉันก็มักจะใช้วิธีนั้นอยู่เป็นประจำ					
2. ฉันไม่ค่อยสังเกตเห็นอารมณ์ หรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ					
3. บ่อยครั้งที่ฉันชอบลองชิมอาหารใหม่ ๆ และอาหารต่างชาติ					
4. ฉันมักมีวิธีการแก้ปัญหาด้วยวิธีที่ฉันพบจากศิลปะ หรือสิ่งที่ฉันพบในธรรมชาติ					
5. บทกวีส่งผลต่อความรู้สึกฉันน้อยมาก หรือไม่มีผลเลย					
6. บางครั้งเมื่อฉันอ่านบทกวีหรือดูงานศิลปะ ฉันจะรู้สึกสั่นสะท้านหรือเกิดคลื่นแห่งความเร่าร้อน					
7. บ่อยครั้งที่ฉันสนุกกับเรื่องที่ต้องพิสูจน์หรือ					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่ แน่ใจ (3)	เห็น ด้วย (4)	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)
ความคิดที่เป็นนามธรรม					
8. ฉันไม่ชอบเสียเวลาไปกับการคิดเพื่อฝัน					
9. การเชื่อว่าการปล่อยให้เด็กฟังคนเถียงกันจะมีแต่ทำให้เด็กเกิดความสับสน และเห็นตัวอย่างผิด ๆ					
10. ฉันเชื่อว่าเราควรยึดคำสั่งสอนทางศาสนาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเรื่องศีลธรรมจรรยา					
11. ฉันมีความสนใจเกี่ยวกับการคาดเดาถึงปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ หรือความรู้สึกของคนน้อยมาก					
12. ฉันมีความสนใจใคร่รู้เกี่ยวกับเรื่องที่ประเทืองปัญญา					
13. ฉันจะตั้งเป้าหมายการทำงานอย่างชัดเจน และมีการปฏิบัติเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายอย่างเป็นขั้นตอน					
14. ฉันไม่มีความสามารถในการจัดการสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นระบบระเบียบ					
15. ฉันเก็บสิ่งของต่าง ๆ ให้สะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ					
16. ฉันพยายามทำงานหนัก เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					
17. ฉันมักเสียเวลานานกับการบังคับให้ตัวเองเริ่มลงมือทำงานอย่างจริงจัง					
18. ฉันเป็นคนที่สามารถทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จเสมอ					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่ แน่ใจ (3)	เห็น ด้วย (4)	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)
19. ฉันพยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความตั้งใจสูง					
20. เมื่อฉันตั้งใจจะทำอะไรแล้ว ฉันจะพยายามทำมันให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี					
21. ฉันกระหายถึงความเป็นเลิศในทุกสิ่งที่ฉันทำ					
22. ฉันไม่ใช่คนที่ทำอะไรเป็นระบบแบบแผน					
23. บางครั้งฉันไม่ใช่คนที่ผู้อื่นพึ่งพา หรือไว้วางใจได้อย่างที่ควรจะเป็น					
24. ฉันสามารถบังคับตัวเองให้ทำสิ่งต่าง ๆ ให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนดได้เสมอ					
25. ปกติแล้วฉันชอบทำอะไรตามลำพัง					
26. ฉันชอบให้มีคนอยู่รอบข้าง					
27. ฉันไม่ใช่คนมองโลกในแง่ดี					
28. ฉันเป็นคนกระฉับกระเฉงอย่างมาก					
29. ฉันมักรำเริงแจ่มใส และมีขวัญกำลังใจสูง					
30. ฉันไม่คิดว่าตัวฉันเองเป็นคนรำเริง					
31. ชีวิตของฉันเต็มไปด้วยกิจกรรม					
32. ฉันชอบที่จะทำอะไรตามวิธีของตัวเองมากกว่าการทำตามผู้อื่น					
33. บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกที่ตนเองเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังมากมาย จนอยากแสดงออกมา					
34. ฉันเป็นคนหัวเราะง่าย					
35. ฉันชอบเข้าร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ					
36. ฉันชอบพบปะพูดคุยกับคนอื่น					
37. ปกติฉันจะเป็นคนที่คิดพิจารณาสิ่งต่าง ๆ					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่ แน่ใจ (3)	เห็น ด้วย (4)	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)
อย่างละเอียดรอบคอบ					
38. บางคนคิดว่าฉันเป็นคนเย็นชา และมุ่งแต่ประโยชน์ส่วนตน					
39. ฉันพยายามสุภาพกับทุกคนที่ฉันพบ					
40. ถ้าฉันไม่ชอบใครแล้ว ฉันมักจะแสดงให้เขาารู้					
41. ถ้าจำเป็นฉันก็เต็มใจที่จะบงการให้คนอื่นทำตามความต้องการของตัวเอง					
42. ฉันเชื่อว่าคนส่วนใหญ่จะเอาเปรียบคนอื่นเมื่อพวกเขามีโอกาส					
43. ฉันชอบการร่วมมือกันทำงานมากกว่าการแข่งขันทำงาน					
44. บ่อยครั้งที่ฉันมีเรื่องโต้เถียงหรือขัดแย้งกับคนในครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงาน					
45. คนส่วนใหญ่ที่ฉันรู้จัก ชอบฉัน					
46. ฉันค่อนข้างที่จะถูกลูก หรือสงสัยในเจตนาของคนอื่น					
47. บางคนคิดว่าฉันเป็นคนเห็นแก่ตัวและถือตัวเองเป็นใหญ่					
48. ฉันมักจะเป็นคนหัวแข็ง และยึดติดกับทัศนคติของตัวเอง					
49. บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกเครียด และ กระวนกระวายใจ					
50. บางครั้งฉันรู้สึกว่าตัวเองไม่มีคุณค่าเลย					
51. เมื่อฉันตกอยู่ภายใต้ความกดดันมาก ๆ บางครั้งฉันรู้สึกเหมือนตัวเองจะแตกเป็น					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่ แน่ใจ (3)	เห็น ด้วย (4)	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)
เสียง ๆ					
52. ในบางครั้งฉันรู้สึกอับอายมากจนอยากจะหลบหน้าจากคนอื่น					
53. บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกอ่อนแอ และต้องการให้คนอื่นมาช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ แทน					
54. ฉันไม่ค่อยรู้สึกเหงา หรือซึมเศร้า					
55. บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกโกรธจากการกระทำของคนอื่นที่แสดงต่อฉัน					
56. ฉันไม่ค่อยรู้สึกหวาดกลัว หรือวิตกกังวล					
57. ฉันไม่ใช่คนช่างวิตกกังวล					
58. บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกว่าตัวเองด้อยกว่าผู้อื่น					
59. ฉันไม่ค่อยรู้สึกโศกเศร้าหรือหดหูใจ					
60. บ่อยครั้งที่เมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้น ฉันมักรู้สึกท้อแท้และยอมแพ้มัน					

ค. ใบงานสำหรับหน่วยตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ใบงานที่ 1

เพื่อขอข้อมูลประวัติการฟังเพลงผ่านสไปทอทิฟายย้อนหลัง 50 เพลง ท่านต้องขอรหัส OAuth Token ผ่านเว็บไซต์สไปทอทิฟายสำหรับนักพัฒนาที่

<https://developer.spotify.com/console/get-recently-played/> ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เข้าไปสู่เว็บไซต์ <https://developer.spotify.com/console/get-recently-played/>
2. เมื่อเข้าได้แล้วจะปรากฏหน้าจอตามรูปด้านล่าง

The screenshot shows the Spotify Developer Console interface for the endpoint 'Get the Current User's Recently Played Tracks'. The page includes a navigation menu on the left with categories like CONSOLE, Albums, Artists, Browse, Episodes, Follow, Library, Personalization, Player, Playlists, Search, Tracks, Shows, and Users Profile. The main content area displays the endpoint details: Description (Get the Current User's Recently Played Tracks), Endpoint (<https://api.spotify.com/v1/me/player/recently-played>), HTTP Method (GET), and OAuth Required (Required). Below this, there are input fields for 'limit' (set to 10), 'after' (set to 1484811043508), and 'before'. An 'OAuth Token' section contains an input field for 'OAuth Access Token' and a green 'GET TOKEN' button, which is highlighted with a red rectangular box. At the bottom, there are two buttons: 'TRY IT' and 'FILL SAMPLE DATA'.

3. กดปุ่ม GET TOKEN

4. เมื่อกด GET TOKEN แล้วจะปรากฏหน้าจอให้เลือกข้อมูลในส่วนที่ท่านจะอนุญาตให้ขอ ในกรณีนี้ให้เลือกเฉพาะ user-read-recently-played และกด REQUEST TOKEN

Select scopes

Required scopes for this endpoint:

- user-read-recently-played

You can optionally ask for any of these scopes:

- user-read-playback-position
- user-read-email
- user-library-read
- user-top-read
- playlist-modify-public
- ugc-image-upload
- user-follow-modify
- user-modify-playback-state
- user-read-private
- playlist-read-private
- user-library-modify
- playlist-read-collaborative
- playlist-modify-private
- user-follow-read
- user-read-playback-state
- user-read-currently-playing

If no scopes are requested, only public resources (e.g. public playlists) will be accessible. Read more about scopes at [Using Scopes](#).

REQUEST TOKEN

5. เว็บไซต์จะแสดงหน้าจอเข้าระบบให้ท่านกรอกบัญชีผู้ใช้บริการสโตนีฟายและรหัสผ่านเพื่อเข้าสู่ระบบ

Spotify

To continue, log in to Spotify.

CONTINUE WITH FACEBOOK

CONTINUE WITH APPLE

CONTINUE WITH GOOGLE

CONTINUE WITH PHONE NUMBER

OR

Email address or username

Email address or username

Password

Password

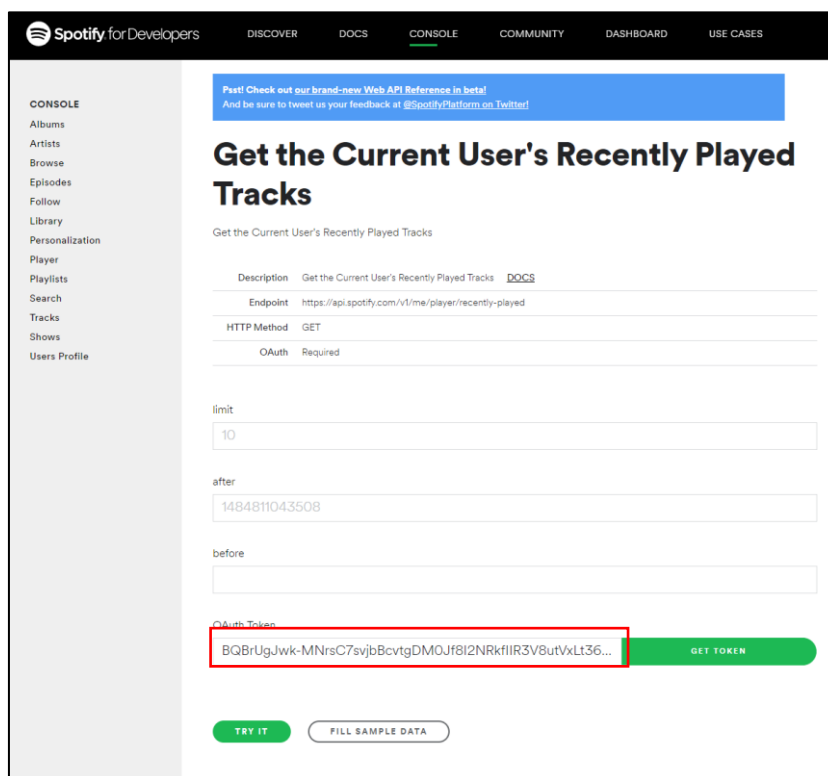
[Forgot your password?](#)

Remember me

LOG IN

6. ระบบจะแสดงหน้าจอแรกอีกครั้งให้ท่านคัดลอก OAuth Token ตามที่ปรากฏในหน้าจอ
ด้านล่างให้ครบถ้วนและส่งให้ผู้วิจัยผ่าน Google Form ที่ลิงก์

<https://forms.gle/7mo1vfd6cncQx7r56> หรือทาง QR Code ด้านล่าง



The screenshot shows the Spotify for Developers console interface. The main content area displays the configuration for the 'Get the Current User's Recently Played Tracks' endpoint. The configuration includes the following details:

- Description:** Get the Current User's Recently Played Tracks [DOCS](#)
- Endpoint:** `https://api.spotify.com/v1/me/player/recently-played`
- HTTP Method:** GET
- OAuth:** Required

Below the configuration, there are input fields for the following parameters:

- limit:** 10
- after:** 1484811043508
- before:** (empty)

The OAuth Token field is highlighted with a red box and contains the value: `BQBrUgJwk-MNrsC7svjbBcvtgDM0Jf8I2NRkflIR3V8utVxLt36...`. A green 'GET TOKEN' button is located to the right of the token field.

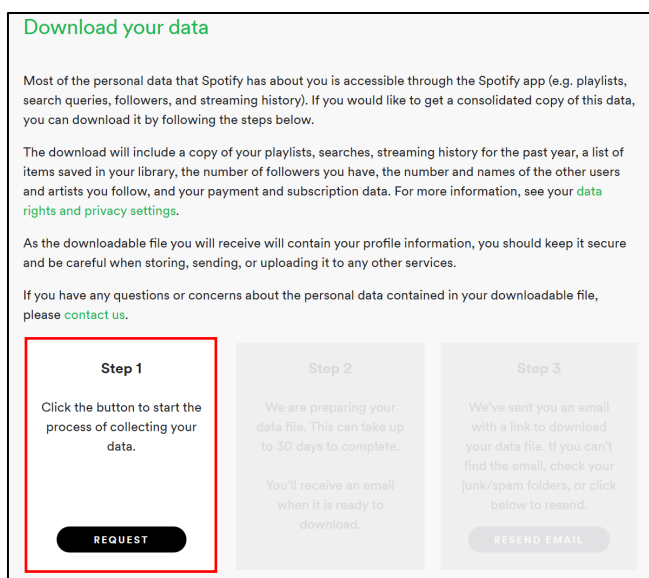
At the bottom of the console, there are two buttons: 'TRY IT' and 'FILL SAMPLE DATA'.



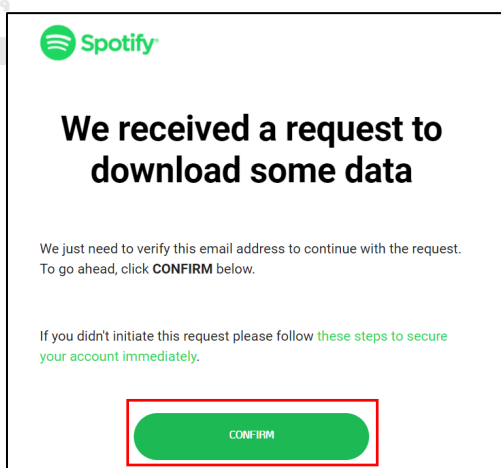
ใบงานที่ 2

เพื่อขอข้อมูลประวัติการฟังเพลงผ่านสפוติฟายย้อนหลัง 1 ปีท่านต้องขอข้อมูลผ่านระบบในส่วนของการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว ตามขั้นตอนต่อไปนี้

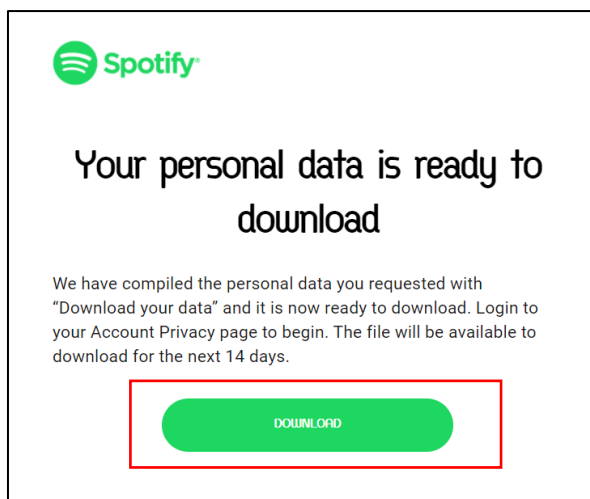
1. เข้าสู่เว็บไซต์ <https://www.spotify.com/th-en/account/privacy/> พร้อมกับเข้าสู่ระบบด้วยบัญชีผู้ใช้สפוติฟายของท่าน
2. เมื่อเลื่อนหน้าเว็บไปที่ส่วนล่างจะเห็นหน้าจอแสดงในรูป ให้กดปุ่ม REQUEST



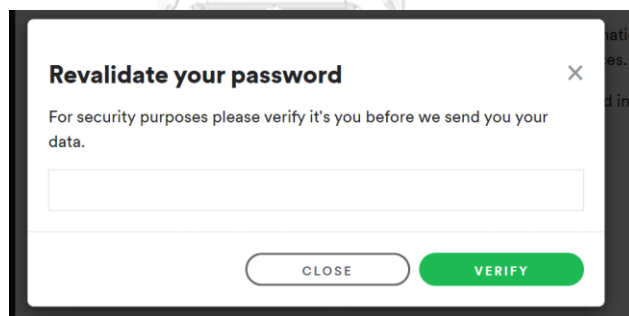
3. เมื่อกดปุ่ม REQUEST แล้วท่านจะได้รับอีเมลดังรูปด้านล่างโดยท่านต้องกด CONFIRM เพื่อยืนยันการขอข้อมูลย้อนหลัง 1 ปี



4. สปอทิฟายจะเตรียมข้อมูลให้ท่านโดยใช้เวลาประมาณ 7 – 30 วัน เมื่อข้อมูลเรียบร้อย แล้วสปอทิฟายจะส่งอีเมลดังตัวอย่างด้านล่างเพื่อแจ้งให้ท่านดาวน์โหลดข้อมูล



5. ท่านสามารถดาวน์โหลดข้อมูลโดยการกดปุ่ม DOWNLOAD
6. เมื่อกด DOWNLOAD แล้วระบบจะแสดงหน้าจอดาวน์โหลดดังตัวอย่างด้านล่าง ท่านต้องกรอกรหัสผ่านของบัญชีผู้ใช้สปอทิฟายของท่านเพื่อทำการดาวน์โหลดข้อมูล



7. เมื่อดาวน์โหลดเสร็จสิ้น จะได้ไฟล์ที่มีชื่อว่า my_spotify_data.zip ให้ท่านส่งข้อมูลให้ผู้วิจัยผ่าน Google Form ที่ลิงก์ <https://forms.gle/w1nokXHwfdmnyo97> หรือทาง QR Code ด้านล่าง



บรรณานุกรม

- Austerberry, D. (2013). *The technology of video and audio streaming*: Routledge.
- Baryshnikova, E. (2017). Persuasive techniques used in marketing and advertising based on psychological factors.
- Brown, K. M. (2017). AdReaction–gen X, Y and Z. In: Dostopno prek <https://www.iabeurope.eu/wp-content/uploads/2017/05>
- Brown, R. A. (2012). Music preferences and personality among Japanese university students. *International Journal of Psychology*, 47(4), 259-268.
- Caliskan, A. (2019). Applying the right relationship marketing strategy through big five personality traits. *Journal of Relationship Marketing*, 18(3), 196-215.
- Cattell, R. B. (1956). A shortened “basic English” version (Form C) of the 16 PF Questionnaire. *The Journal of Social Psychology*, 44(2), 257-278.
- Chamorro-Premuzic, T. (2011). The Psychology of Musical Preferences. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/mr-personality/201101/the-psychology-musical-preferences>
- Colley, A. (2008). Young People's Musical Taste: Relationship With Gender and Gender-Related Traits 1. *Journal of applied social psychology*, 38(8), 2039-2055.
- Corrigall, K. A., & Schellenberg, E. G. (2015). Liking music: Genres, contextual factors, and individual differences.
- Deloitte. (2020). Global mobile consumer trends. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/technology-media-telecommunications/us-global-mobile-consumer-survey-second-edition.pdf>
- Dholakia, R. R. (2012). Technology and consumption : understanding consumer choices and behaviors. Retrieved from <http://site.ebrary.com/id/10561900>
- Dobrota, S., & Reić Ercegovac, I. (2015). The relationship between music preferences of different mode and tempo and personality traits – implications for music pedagogy. *Music Education Research*, 17(2), 234-247.
doi:10.1080/14613808.2014.933790

- Dollinger, S. J. (1993). Research note: Personality and music preference: Extraversion and excitement seeking or openness to experience? *Psychology of Music, 21*(1), 73-77.
- Drew, J., Carless, S. A., & Thompson, B. M. (2008). Predicting turnover of police officers using the sixteen personality factor questionnaire. *Journal of Criminal Justice, 36*(4), 326-331.
- Epsilon. (2019). AGE MATTERS: A GUIDE TO CROSS-GENERATIONAL MARKETING. Retrieved from <https://us.epsilon.com/resources/cross-generational-marketing>
- Eysenck, H. (1954). The structure of human personality. *Journal of Consulting Psychology, 18*(1), 75.
- Fabricatore, J., Azen, S., Schoentgen, S., & Snibbe, H. (1978). Predicting performance of police officers using the sixteen personality factor questionnaire. *American Journal of Community Psychology, 6*(1), 63-70. doi:10.1007/BF00890100
- Ferwerda, B., Tkalcic, M., & Schedl, M. (2017). Personality traits and music genre preferences: how music taste varies over age groups. *1st Workshop on Temporal Reasoning in Recommender Systems (RecTemp) at the 11th ACM Conference on Recommender Systems, Como, August 31, 2017., 1922*, 16-20.
- Friedlander, J. P., & Bass, M. (2019). YEAR-END 2019 RIAA MUSIC REVENUES REPORT. Retrieved from <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2020/02/RIAA-2019-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf>
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of personality and social psychology, 59*(6), 1216-1229. doi:10.1037/0022-3514.59.6.1216
- Hauser, J. R., Urban, G. L., Liberali, G., & Braun, M. (2009). Website morphing. *Marketing Science, 28*(2), 202-223.
- Hieber, L. (2016). *RELATIONSHIP BETWEEN MUSIC PREFERENCE AND PERSONALITY 3 Relationship Between Music Preference and Personality in a College Student Sample*.
- Hirsh, J. B., Kang, S. K., & Bodenhausen, G. V. (2012). Personalized persuasion: Tailoring persuasive appeals to recipients' personality traits. *Psychological science, 23*(6), 578-581.

- Husain, G., Thompson, W. F., & Schellenberg, E. G. (2002). Effects of musical tempo and mode on arousal, mood, and spatial abilities. *Music perception, 20*(2), 151-171.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research, 2*(1999), 102-138.
- Kaur, H., & Anand, S. (2018). Segmenting Generation Y using the Big Five personality traits: understanding differences in fashion consciousness, status consumption and materialism. *Young Consumers*.
- Kepios, We Are Social, & Hootsuite. (2020). Digital 2020 Thailand. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand>
- Keyideas Infotech. (2017). Impact of Smartphones over Society. Retrieved from <https://www.keyideasinfotech.com/blog/impact-of-smartphone-on-society/>
- Khomson Tunsakul. (2020). Gen Z Consumers' Online Shopping Motives, Attitude, and Shopping Intention. *HUMAN BEHAVIOR, DEVELOPMENT and SOCIETY, 21*(2), 7–16-17–16.
- Knowles, C. L. (2013). The correlation of music preference and personality.
- Kopacz, M. (2005). Personality and music preferences: The influence of personality traits on preferences regarding musical elements. *Journal of Music Therapy, 42*(3), 216-239.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees: Strategies for effective management. *The health care manager, 19*(1), 65-76.
- Langmeyer, A., Guglhör-Rudan, A., & Tarnai, C. (2012). What do music preferences reveal about personality? *Journal of individual differences*.
- Looper, C. d. (2020). The best music streaming services you can subscribe to. Retrieved from <https://www.businessinsider.com/best-music-streaming-service-subscription>
- Lovibond, S. H., & Lovibond, P. F. (1996). *Manual for the depression anxiety stress scales*: Psychology Foundation of Australia.
- Marketeer. (2020a). เที่ยมฟอร์ม Spotify-JOOX-YouTube สตรีมมิ่งไหนได้ใจคนไทยที่สุด. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/158418>
- Marketeer. (2020b). เมื่อตลาด Music Streaming แข่งกันเดือด “JOOX” จึงส่ง 3 กลยุทธ์หวังดันผู้ใช้รายได้โต. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/145403>

- Marketing Oops. (2017). 10 เรื่องที่ Advertiser ไทยควรรู้ กักับการมาถึงของ Spotify ช่องทางใหม่ของการทำโฆษณาในตลาด Music Streaming. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/digital-life/10-things-thai-advertiser-should-know-about-spotify/>
- McClain, E. W. (1968). Sixteen Personality Factor Questionnaire scores and success in counseling. *Journal of Counseling Psychology, 15*(6), 492.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of personality and social psychology, 52*(1), 81.
- Myers, S. D., Sen, S., & Alexandrov, A. (2010). The moderating effect of personality traits on attitudes toward advertisements: a contingency framework. *Management & Marketing, 5*(3), 3.
- Myrick, R. D., Kelly Jr, F. D., & Wittmer, J. (1972). The Sixteen Personality Factor Questionnaire as a predictor of counselor effectiveness. *Counselor Education and Supervision, 11*(4), 293-301.
- Pearson, J. L., & Dollinger, S. J. (2004). Music preference correlates of Jungian types. *Personality and individual differences, 36*(5), 1005-1008.
- Pettijohn, T. F., Williams, G. M., & Carter, T. C. (2010). Music for the seasons: seasonal music preferences in college students. *Current Psychology, 29*(4), 328-345.
- Pimentel, C. E., & Donnelly, E. D. O. P. (2008). The relation between music preference and the big five personality traits. *Psicologia: Ciência e Profissão, 28*(4), 696-713.
- Positioning. (2018). คนไทยฮิตวิดีโอออนไลน์ดูผ่านยูทูปติดท็อป 10 ของโลกทะลุ 40 ล้านคน คุณก็เสี่ยงหาย-บุพเพสันนิวาส หวย 30 ล้าน ฮิตดูมากที่สุด. Retrieved from <https://positioningmag.com/?p=1162488>
- Rawlings, D., & Ciancarelli, V. (1997). Music preference and the five-factor model of the NEO Personality Inventory. *Psychology of Music, 25*(2), 120-132.
- Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2003). The do re mi's of everyday life: the structure and personality correlates of music preferences. *Journal of personality and social psychology, 84*(6), 1236.
- Shanahan, T., Tran, T. P., & Taylor, E. C. (2019). Getting to know you: Social media personalization as a means of enhancing brand loyalty and perceived quality.

Journal of Retailing and Consumer Services, 47, 57-65.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.10.007>

Skidén, P. (2016). New Endpoints: Audio Features, Recommendations and User Taste.

Retrieved from

<https://developer.spotify.com/community/news/2016/03/29/audio-features-recommendations-user-taste/>

Swami, V., Malpass, F., Havard, D., Benford, K., Costescu, A., Sofitiki, A., & Taylor, D.

(2013). Metalheads: The influence of personality and individual differences on preference for heavy metal. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7(4), 377.

Valverde, R. (2020). How to project emotions through music: choosing the key. Retrieved

from <https://blog.flat.io/choosing-the-key/>

Veltri, T. M. (2010). Personality Correlates of Preferences for Music Structure and Emotion. *The University of Sheffield*.

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2552). สถานะเพศ. Retrieved from <http://www.royin.go.th/?knowledges=สถานะเพศ-๒๔-มีนาคม-๒๕๕๒>

พัชรศรี ว่องไชยกุล. (2017). 5 บริการสตรีมมิ่งเพลงออนไลน์ในไทย: เทียบราคาและจุดเด่นโดนใจ. Retrieved from <https://forbesthailand.com/news/5-บริการสตรีมมิ่งเพลงออน.html>

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2563). เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform this Moment. Retrieved from

<https://web.tcdc.or.th/th/Publication/Detail/Trend-2021-Reform-this-Moment>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน. Retrieved from

<https://www.eta.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html>



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ธนิต หงส์พนารักษ์
วัน เดือน ปี เกิด	23 พฤศจิกายน 2536
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2561 ศิลปศาสตรบัณฑิต (B.A.) สาขารัฐศาสตร์ (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

