

ความนิยมของผู้รับสารที่มีต่อสื่อเทพเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงสากล

นางสาว สุดารัตน์ เศวตะโสภณ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-511-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE POPULARITY OF ADAPTED VERSION OF THAI POPULAR MUSIC

MISS SUDARAT SEWATASOPON

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

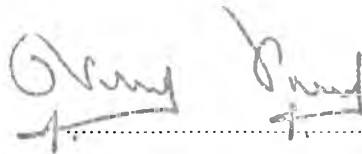
Academic Year 1998

ISBN 974-332-511-5

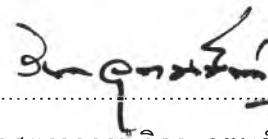
หัวข้อวิทยานิพนธ์      ความนิยมของผู้รับสารที่มีต่อสื่อเทปเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงสากล  
โดย                              นางสาวสุดารัตน์ เศวตะโสภณ  
ภาควิชา                              การสื่อสารมวลชน  
อาจารย์ที่ปรึกษา              รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ

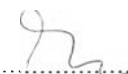
---


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลัก  
สูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมพันธ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)

สุदारัตน์ เศวตะโสภณ : ความนิยมของผู้รับสารที่มีต่อสื่อเทปเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงสากล (THE POPULARITY OF ADAPTED VERSION OF THAI POPULAR MUSIC)  
อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 135 หน้า. ISBN 974-332-511-5

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความนิยมของผู้รับสารที่มีต่อสื่อเทปเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงสากลครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของผู้รับสารที่ได้รับจากสื่อเทปเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงต่างประเทศ และศึกษาปัจจัยที่ทำให้สื่อเทปเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงต่างประเทศได้รับความนิยม โดยใช้แบบสอบถามผู้ที่ซื้อเทปจำนวน 100 คน ซึ่งมีผลการวิจัยดังนี้

กลุ่มเป้าหมายที่ซื้อเทปเพลงดัดแปลงนั้นมีทั้งเพศหญิงและเพศชาย อายุระหว่าง 23-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาดี รายได้ค่อนข้างดี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน เทปเพลงประเภทนี้จึงมีกลุ่มผู้สนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายนั้นมีพฤติกรรมการฟังเพลงไทยสากลเป็นหลัก และนอกจากนั้นยังเป็นกลุ่มที่ฟังเพลงสากลด้วย ดังนั้น อาจซื้อเทปเพลงดัดแปลงนี้จึงเป็นสื่อที่ซื้อเสริมนอกจากการซื้อเทปเพลงไทยสากลและเพลงสากล จึงถือได้ว่าได้ว่าเป็นทางเลือกหนึ่งของกลุ่มผู้ฟัง ในท่ามกลางตัวเลือกที่มีอยู่ไม่มาก

ด้านความพึงพอใจจากเทปเพลงดัดแปลงนั้น กลุ่มเป้าหมายยังไม่พอใจในด้านเนื้อร้อง เนื่องจากเห็นว่าไม่เป็นการสร้างสรรค์เพลงขึ้นมาใหม่ เป็นการนำทำนองเพลงต่างชาติมาใส่เนื้อร้องไทย ทำให้ไม่ภาคภูมิใจในการลอกเลียนแบบต่างชาติมา ในด้านนักร้องที่ร้องเพลงดัดแปลงนั้นจะเป็นคนที่มีผลงานเพลงอยู่แล้ว ผู้ซื้อเห็นว่าเพลงดัดแปลงไม่ได้แตกต่างไปจากเพลงไทยสากลทั่วไปมากนัก ในด้านทำนองและดนตรีนั้น ผู้ที่ซื้อเทปเพลงดัดแปลง ยังเห็นว่า ทำนองและดนตรี ของเพลงที่ดัดแปลงแล้ว เมื่อเทียบกับต้นฉบับแล้ว ยังดีไม่น้อยกว่าเพลงต้นฉบับ และการนำเพลงสากลมาดัดแปลงนั้น ทำให้วงการเพลงไทยไม่มีการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ขึ้นมา เป็นการเลียนแบบต่างชาติ

สำหรับปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ที่ทำให้เกิดการบริโภคจากกลุ่มเป้าหมาย นั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้รับสาร มากที่สุด (60%) ซึ่งประกอบด้วย แนวเพลง ทำนองและดนตรีเนื้อร้อง ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นปัจจัยสำคัญรองลงมา ส่วนปัจจัยด้านราคาและสถานที่จำหน่ายนั้น เกือบไม่มีผลต่อการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายเลย

ภาควิชา ..... การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา ..... การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา ..... 2541

ลายมือชื่อนิติต .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

# 4085330228

MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD:

THE POPULARITY / ADAPTED VERSION OF THAI POPULAR MUSIC

SUDARAT SEWATASOPON: THE POPULARITY OF ADAPTED VERSION OF THAI POPULAR MUSIC. THESIS ADVISER : ASSO. PROF. DR. KANCHANA KAEWTHEP, M.Ed., 135 pp. ISBN 974-332-511-5

The objectives of "The popularity of adapted version of thai popular music" is to study the benefits of the adapted version of thai popular music and the receivers' satisfaction and to study the factors effected to the popularity of adapted version of thai popular music.

The results are the targets who bought the adapted version of thai popular music were both male and female, age between 23-30 years old, single, good education, rather good income and working as employees at private company. They are specific group who was interested in adapted version of thai popular music. Their music listening's behavior was mainly listen thai music and the international music as well. Therefore the buying the adapted version of thai popular music is the an added choice media besides buying thai music and the international music. Thus this sort of media is another choice among a few choices for listeners.

Regarding the targets' satisfaction, The targets were not satisfied with the lyrics because it wasn't created any new song, just only the international song in thai words. This is an imitation. About the singers, most of then have already had their own albums. The buyers' opinion was the adapted version of thai popular music was similar to the international music. For the rhythm and melody , the opinion shows that the original song was better. Moreover the production of adapted version of thai popular music be could bring about the less creativity and imitation among the thai music circle

The buying factors in marketing mixed, the products was the most effected (60%) which consits of the kind of music, melody and rhythm, lylics, singer and the cover in order. The promotion factors was less important, then the price factor and the selling area were hardly important.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อนิสิต.....

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ



" ความมานะ ความอดทน ความพยายาม เป็นหนทางสู่ความสำเร็จ " ข้าพเจ้าเข้าใจประโยคนี้อย่างลึกซึ้ง เมื่อข้าพเจ้าได้เริ่มงานวิจัยชิ้นนี้ จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ หลายครั้งต้องพบกับอุปสรรคท้อแท้ หหมดความพยายาม แต่เมื่อมาถึงวันนี้ ข้าพเจ้าได้รู้แล้วว่า ความมานะ พยายามและความอดทน ตลอดจนกำลังใจจากอาจารย์และ ทุกคน รอบข้าง ทำให้ข้าพเจ้ามีวันนี้ได้ มงย๋อนกลับไปหากข้าพเจ้าท้อและหมดความพยายามเสียตั้งแต่วันนั้น ข้าพเจ้าคงไม่มีวันนี้ที่น่ายินดีและภาคภูมิใจเช่นนี้ แล้วข้าพเจ้าก็ได้รู้อีกว่า คำว่าหายเหนื่อยเป็นปลิดทิ้งเป็นอย่างไร

ความสำเร็จในวันนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้ผู้มีพระคุณที่สุดในชีวิต บิดาและมารดา ผู้ให้กำเนิด ให้อุณาต และให้ทุกสิ่งทุกอย่าง อย่างบริสุทธิ์ใจและไม่หวังสิ่งใดๆ นอกจากความสำเร็จของลูก ทุกครั้งที่ข้าพเจ้าเหนื่อย ท้อแท้ อยากได้กำลังใจ ข้าพเจ้าจะมีทานคอยมองดู คอยห่วงใย ให้กำลังใจ คอยปลอบโยน อย่างที่ข้าพเจ้าไม่คิดว่าจะมีใครในโลกหวังดีและให้เราได้ขนาดนี้ ลูกขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงค่ะ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่มีวันสำเร็จลงได้ ถ้าไม่มี รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ อาจารย์เป็นผู้ที่สอนให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ทำให้ข้าพเจ้ารู้จักคิดอย่างมีระบบ และยังเป็นผู้ที่ให้กำลังใจศิษย์ อาจารย์เป็นครูที่ศิษย์จะยึดถือเป็นต้นแบบในการทำงาน ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงค่ะ รวมทั้งขอขอบพระคุณ รศ.อวยพร พานิช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รศ.วิภา อุดมฉันท์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำการทำวิทยานิพนธ์ด้วยดีตลอดมา นอกจากนี้ยังต้องขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้มาตลอดทั้งชีวิต

ขอขอบคุณ น้าๆ ญาติพี่น้องทุกคน ขอขอบคุณน้ำใจที่ล้นเหลือจากพี่ตา พี่แจจ พี่หนึ่ง ขอขอบคุณอย่างมากสำหรับคำปรึกษาและกำลังใจที่มีให้แกกันเสมอ ขอขอบคุณเพื่อนๆ MC7 ทุกคน เราช่วยฝ่าฟันกันมาตั้งแต่เริ่มเรียนจนกระทั่งวันสุดท้าย ทุกคนเหนื่อยมาพร้อมๆ กัน มีความรู้สึกคล้ายๆ กัน อยากเห็นความสำเร็จของเพื่อนๆ ทุกคน และขอเป็นกำลังใจให้กับทุกๆ คนด้วย

ขอบคุณโอ้ตมากๆ สำหรับเพื่อนที่คอยช่วยเหลือข้าพเจ้าในทุกๆ เรื่อง แม้กระทั่งฝากลง ทะเบียน ส่งการบ้าน xerox คืนหนังสือห้องสมุด ฯลฯ อย่างเต็มใจและไม่เคยปริปากบ่น ขอขอบคุณ พี่เกด พี่ที่คอยให้คำปรึกษาน้องอย่างดีทั้งเรื่องเรียน เรื่องส่วนตัว และให้กำลังใจข้าพเจ้าให้ฮึดสู้ได้ทุกครั้งที่ยึดสู้ท้อ ขอขอบคุณพี่ปานกับทิพย์ สำหรับความรู้สึกดีๆ ของความเป็นเพื่อนที่เป็นเพื่อนจริงๆ ขอขอบคุณพี่ท็อป ที่ช่วยแปลภาษาอังกฤษอย่างรวดเร็ว ขอขอบคุณพี่สายัน พี่ฮุก ลุงนัย พี่ตึก พี่แอ๊ด ป้าบุรณ์ ป้าต้อย อร น้องอิว และเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ชาว MUCC ทุกคน สำหรับกำลังใจ ความช่วยเหลืออย่างดี และความอบอุ่นที่มีให้ข้าพเจ้าตลอดมา

สุดารัตน์ เศวตตะโสภณ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ.....	10
ทฤษฎีการตลาด.....	13
แนวคิดเรื่องธุรกิจเทปเพลงไทยสากล.....	22
แนวคิดเรื่องการตลาดโลก.....	23
แนวคิดเรื่องรสนิยม.....	25
แนวคิดด้านความเป็นสมัยใหม่.....	27
แนวคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	38
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
เครื่องมือในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	40
4 ผลการวิจัย.....	41

ประวัติและวิวัฒนาการของเพลงดัดแปลง.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	47
ผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่ม.....	95
5 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	101
อภิปรายผล.....	101
ข้อจำกัดการวิจัย.....	121
ข้อเสนอแนะ.....	121
รายการอ้างอิง.....	123
ภาคผนวก.....	127
แบบสอบถาม.....	128
คำถามสำหรับสัมภาษณ์.....	134
ประวัติผู้เขียน.....	135



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	49
ตารางที่2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	50
ตารางที่3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	52
ตารางที่4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
ตารางที่5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	54
ตารางที่6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	55
ตารางที่7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทเพลงที่ฟัง.....	56
ตารางที่8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่ฟังเพลง.....	57
ตารางที่9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความถี่ในการซื้อเทปเพลงดัดแปลง.....	58
ตารางที่10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การซื้อเทปดัดแปลงจากประเทศต้นกำเนิด.....	60
ตารางที่11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการซื้อเทปเพลงดัดแปลงโดยเทียบกับการซื้อเทปเพลงไทยสากล.....	61
ตารางที่12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เหตุผลการซื้อเทปดัดแปลงเนื่องจากเบื่อเพลงไทย.....	62
ตารางที่13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลการเบื่อเพลงไทย.....	63
ตารางที่14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุการซื้อเทปเพลงดัดแปลง.....	65
ตารางที่15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สาเหตุการซื้อเทปเพลงดัดแปลง เนื่องจากเคยรู้จักเพลงต้นกำเนิดมาก่อน.....	67
ตารางที่16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สาเหตุการซื้อเทปดัดแปลง เนื่องจากชอบเพลงต้นกำเนิดมาก่อน.....	68
ตารางที่17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ซื้อ.....	69
ตารางที่18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา.....	70
ตารางที่19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความคิดเห็นด้านการโปรโมทมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อเทปเพลงดัดแปลง.....	71
ตารางที่20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวเพลงดัดแปลงที่ซื้อ.....	73
ตารางที่21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความคิดเห็นด้านความชอบเนื้อร้อง.....	74



ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม

ความคิดด้านดนตรีและทำนองของเพลงดัดแปลงเปรียบเทียบกับเพลงต้นฉบับ..... 94

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่1 ภาพแสดงรูปหน้าปกเทปของธาริณี ทิวารี.....	45
ภาพที่2 ภาพแสดงรูปหน้าปกเทปของวง Triumphs Kingdom.....	45