



บทที่ 1  
ปัญหานักการวิจัย

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ดนตรีเป็นสิ่งที่อยู่คู่มนุษย์มาตั้งแต่บรรพกาล มนุษย์อาศัยเสียงดนตรีบอกผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกับภาษาในการสื่อสารภาษาหนึ่ง บ้างก็เปรียบดนตรีเป็นชาวสารทางวัฒนธรรม เป็นศิลปะ และทำหน้าที่ประหนึ่งจารึกในหน้าประวัติศาสตร์ ที่มีความหมายอย่างยิ่งต่อการค้นโดยชนรุ่นหลัง ในขณะที่สังคมตลอดจนกลุ่มชนต่าง ๆ ถูกจัดแบ่งจำแนกด้วยสีผิว เผ่าพันธุ์ ลัทธิศาสนา ตลอดจนช่องว่างระหว่างชนชั้นเป็นปราการสำคัญ ดนตรีเสียอีกที่สามารถโคจรไปทุกมุมโลกโดยไม่มีกำแพงขวางกั้น จะยากตีมีจนก็สามารถอิมมูทในรสดนตรีที่ต้องกับรสนิยมส่วนตัวได้เช่นกันมนุษย์สามารถตีความความสุขจากดนตรีได้หลายรูปแบบ บางคนชอบท่วงทำนอง บ้างชอบลีลา บ้างซึมซับเนื้อหา เพราะอาจได้รู้เบื้องหลังความเป็นมา ในขณะที่บางคนชอบความไพเราะของมัน (อนุเทพ แสนโสภณ , "จงฟังเพลง อย่าฟังเครื่อง ," 2540 : 68.)

ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยไอโอวา Carl E. Seashore (อ้างใน สมโภชรอดบุญ ,2518) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มนุษย์ชอบฟังดนตรีไว้ในหนังสือ "Why We Love Music" ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ดนตรี ช่วยกระตุ้นมนุษย์ได้ทั้งร่างกายและจิตใจ พร้อมกันก็เปรียบเสมือนกลไกที่ไปกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งคอยควบคุมกล้ามเนื้อและหน้าที่ต่าง ๆ ตามอวัยวะภายใน รวมถึงระบบประสาทอัตโนมัติอีกด้วย
2. เสียงดนตรีทำให้รู้สึกเหมือนว่าได้อยู่ในอีกโลกหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า การปลอมแปลงทางอารมณ์ (Emotional Disguise) เนื่องจากบางครั้งมนุษย์ต้องการจะหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างที่กีดตันอยู่ จึงพยายามหาทางออกด้วยการสร้างทำ ซึ่งดนตรี ช่วยได้ทางอ้อม โดยให้ออกการแสดงถึงความรู้สึกความต้องการที่สภาพแวดล้อมในชีวิตจริงไม่อำนวยให้ทำเช่นนั้น เป็นการช่วยรักษาสุขภาพจิตของมนุษย์ให้สมดุล
3. จังหวะของเพลงเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะฟัง ไม่ว่าจะฟังจังหวะช้า เร็ว หรือกระแทกกระทั้น
4. เป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งทางอารมณ์ ซึ่งนักแต่งเพลงพยายามจะกระตุ้นออกมาทั้งที่ต้องการจริงใจ หรือเกิดจากประสบการณ์ของตนเอง เป็นสื่อภาษาทางอารมณ์ให้ผู้ฟังได้รับรู้
5. ระดับสติปัญญาที่สามารถรับรู้ เข้าใจ และเข้าถึงเพลงนั้น ๆ ได้ด้วยอารมณ์ของผู้ฟัง
6. การที่มีผู้ใดผู้หนึ่งแนะนำเพลงให้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่ เพื่อน หรือสื่อมวลชน ซึ่งกระตุ้นให้สนใจว่าดนตรีหรือเพลงนั้น ๆ ดีและไพเราะอย่างไร

นอกจากนี้เพลงยังเป็นงานศิลปะที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนอารมณ์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นได้ทราบ เพลงจึงสามารถบันดาลให้มนุษย์

เกิดความรู้สึกต่าง ๆ กัน เช่น ความรู้สึกที่อ่อนไหวเศร้าสร้อย ร่าเริงแจ่มใส หรือคิดคนองไปกับเสียงเพลง นอกจากนี้เพลงยังช่วยให้มนุษย์เกิดพลังในทางสร้างสรรค์และช่วยผลักดันให้มีมานะที่จะต่อสู้กับอุปสรรคหรือปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาแผ้วพานในชีวิตได้ (พงษ์ชัย ไทยวรรณศรี ,2529.)

ปัจจุบันวัยรุ่นหันมาฟังเพลงกันมากขึ้นทั้งเพลงไทยสากล และเพลงสากล ดูได้จากธุรกิจบันเทิงประเภทเพลงมีการเจริญเติบโตอย่างมาก จัดได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีมูล ค่าพันล้าน หรือมากกว่านั้น ทั้งบริษัทผู้ทำธุรกิจเพลงทั้งไทยและเทศ (อาทิ แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์,เบเกอรี่ มิวสิค ,เวอร์เนอร์ มิวสิค และโซนี่มิวสิคตามลำดับ เป็นต้น) สมมติฐานหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนไทย ก็คือ จำนวนสินค้าและบริการที่บริโภคกันอยู่นี้ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นแล้ว ยังรวมถึงปัจจัยพิเศษคือ "อาหารทางใจ" ไปด้วย เพราะในสภาพข้าวยากหมากแพงและความเป็นอยู่ที่ฝืดเคืองนั้น การใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเรีงรมย์จากสื่อแขนงต่างๆ ดูจะเป็นมุมความสุขส่วนตัวของผู้คนยุคสมัยนี้ และล่าสุดจากบทความ "ธุรกิจเทปเพลง : รายย่อยรุก ... บุกดลลาดศึก" ของสุชาติา ขอบข่ายเกียรติ แห่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่เผยแพร่ออกมาเมื่อ 18 กรกฎาคม ที่ผ่านมาระบุชัดว่า ธุรกิจเทปเพลง ซึ่งเป็นธุรกิจบันเทิงหลักอีกแขนงหนึ่งกำลังจะมี ความเคลื่อนไหวที่น่าจับตามอง เพราะมีผู้สนใจรายใหม่เข้าสู่ตลาดตลอดเวลา (อนันต์ ลือประดิษฐ์ , "กระแสศึกคักของธุรกิจเทปเพลง เพียงมายาภาพหรือความจริงที่น่าทึ่ง ." กรุงเทพธุรกิจ / จุดประกาย อังคารที่ 22 กรกฎาคม 2540 : 5.) วัตถุประสงค์สำคัญในการประกอบธุรกิจเทปเพลงก็คือ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด และเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพลงใหม่ ๆ ออกสู่วงการเพลง (ศมกมล ลิ้มปิชัย ,2532)

ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเพลงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้มีผู้ประกอบการหรือบริษัทเพลงใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย ประกอบกับมีปัจจัยดึงดูดหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้รับ การใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์มีผลให้ปัญหาการปลอมแปลงเทปเพลงน้อยลงหรือการดำเนินชีวิตของคนไทยซึ่งเริ่มเปลี่ยนไปสู่รูปแบบตะวันตกและมีความต้องการกิจกรรมสันทนาการหรือสื่อบันเทิงมากขึ้น ("คู่แข่ง Business School กรณีศึกษา แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ." วันอังคารที่ 26 สิงหาคม 2540 : 1.) อีกทั้งพฤติกรรมความเป็นอยู่ของคนในบ้านเราเริ่มเปลี่ยนไป หลายคนมักใช้เวลาอยู่บ้านแทนที่จะออกไปเผชิญความสับสนวุ่นวายบนท้องถนน สิ่งหนึ่งที่จะอยู่เป็นเพื่อนก็คือความบันเทิงภายในบ้าน ซึ่งปัจจุบัน ผู้ฟังสามารถ เลือกฟังเพลงที่ชี่ อบได้ทุกเมื่อตามที่ต้องการ และสามารถฟังได้ในบ้านทุกเวลาและโอกาสที่จะเลือกฟังเพลงตามความพึงพอใจ (ศมกมล ลิ้มปิชัย ,2532.)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจที่อำนวยความสะดวกในบ้านยังสามารถโตอีกไกลถ้าพัฒนาให้ถูกทาง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเทป และซีดี รัฐบาลควรให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมบันเทิงเหมือนอุตสาหกรรม

สาทรกรรมอื่น ปัจจุบันสถานการณ์เริ่มดีขึ้น อัตราเทปละเมิดลิขสิทธิ์เริ่มลดลง (Peter Gan , "12 ปี โชนี่ มิวสิคประเทศไทย," สยามโพสต์ (18 สิงหาคม 2539) : 12.)

บริษัทเพลงสากลในบ้านเรามีอยู่ 6 บริษัท หลักๆ คือ Sony Music ,Warner Music ,EMI ,BMG , Polygram และ Universal Music ทั้งนี้บริษัทเหล่านี้มีการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และเกี่ยวพันกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น สื่อวิทยุ ซึ่งมีการคาดคะเนกันว่าในปี 2540 มูลค่าตลาดรวมของโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงจะมีมูลค่าสูงถึง 6,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตประมาณ 15 เปอร์เซ็นต์ โดยคลื่นวิทยุเชิงเมนต์เพลงไทยครองตลาดส่วนแบ่งตลาดสูงประมาณ 50-60 เปอร์เซ็นต์ คลื่นเพลงสากลประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ คลื่นข่าว 5 เปอร์เซ็นต์ และที่เหลือเป็นเชิงเมนต์อื่น ๆ ทั้งนี้จึงมีการวิเคราะห์กันว่าวงการวิทยุในอนาคตจะมีการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นไม่น้อยกว่าธุรกิจบันเทิงด้านอื่น ("คู่แข่ง Business School กรณีศึกษาแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ," วันอังคารที่ 26 สิงหาคม 2540 : 14.) สื่อโทรทัศน์ที่ตอนนี้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ผลิตที่มีฝีมือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อีกทั้งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทั้งบริษัทขนาดเล็กและกลางเกิดขึ้นใหม่มากมาย โดยลักษณะการแข่งขันโดยทั่วๆ ไปของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์คือพยายามดึงดูดผู้ชมให้ติดตามรายการให้มากที่สุด ผู้ผลิตรายการใหญ่ๆ ที่มีกำลังและสายป่านยาวพอจึงมักผลิตรายการออกมามากมายรูปแบบด้วยกันไม่ว่าจะเป็นสารคดี สารบันเทิงหรือรายการจากต่างประเทศ ("คู่แข่ง Business School กรณีศึกษาแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ," วันอังคารที่ 26 สิงหาคม 2540 : 14.)

นอกเหนือจากสื่อหลักอย่างวิทยุ และโทรทัศน์ และยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และเป็นส่วนสำคัญในการเตรียมคนเข้าสู่สังคม การอ่านหนังสือพิมพ์ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ ดูภาพยนตร์ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องในการปลูกฝังค่านิยม ความคิด ทศนคติต่างๆ ให้เราได้ทั้งสิ้น (เสรี วงษ์มณฑา ,2535.) อย่างไรก็ตามในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจโดยรวมนั้นได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยในช่วงที่ผ่านมาลูกค้าส่วนใหญ่เริ่มลดการใช้สื่อประเภทโทรทัศน์ เนื่องจากมีอัตราแพงกว่าสื่อประเภทอื่น ดังนั้นจึงมีการวิเคราะห์ออกมาว่าในอนาคตจะมีบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์หลายแห่งที่ต้องปิดตัวเองลงโดยเฉพาะรายเล็ก ๆ ที่มีสายป่านไม่ยาวพอ จะเหลืออยู่เฉพาะบริษัทขนาดใหญ่เพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น ("คู่แข่ง Business School กรณีศึกษาแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ," วันอังคารที่ 26 สิงหาคม 2540 : 14.)

คาดคะเนกันว่าในปี 2540 มูลค่าตลาดรวมของโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงจะมีมูลค่าสูงถึง 6,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตประมาณ 15 เปอร์เซ็นต์ โดยคลื่นวิทยุเชิงเมนต์เพลงไทยครองตลาดส่วนแบ่งตลาดสูงประมาณ 50-60 เปอร์เซ็นต์ คลื่นเพลงสากลประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ คลื่นข่าว 5 เปอร์เซ็นต์ และที่เหลือเป็นเชิงเมนต์อื่น ๆ ทั้งนี้จึงมีการวิเคราะห์กันว่าวงการวิทยุในอนาคตจะมี

การแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นไม่น้อยกว่าธุรกิจบันเทิงด้านอื่น ("คู่แข่ง Business School กรณีศึกษามกมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์," วันอังคารที่ 26 สิงหาคม 2540 : 14.) โดยเฉพาะในโลกปัจจุบัน ที่ผู้คนสังคมข่าวสาร เพลงสากลเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมตะวันตกที่ถ่ายทอดสู่สังคมไทยโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้โดยง่าย ปัจจุบันเพลงสากลมีอิทธิพลต่อเพลงไทยสากลไม่น้อย ในแง่นำมาประยุกต์ให้เป็นเพลงที่มีเนื้อหาเป็นภาษาไทยแต่ดนตรีเป็นแบบตะวันตกร่วมสมัย

นอกจากนี้เพลงสากลยังเป็นประโยชน์ต่อสังคมในด้านการพัฒนาทักษะการเรียนรู้แนวคิดที่เป็นลักษณะสากล และการพัฒนารสนิยมเกี่ยวกับดนตรีสากล ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลุ่มผู้ฟังเพลงสากลที่เป็นนักศึกษาว่ามีพฤติกรรมการฟังเพลงสากลอย่างไร นำสาระที่ได้ไปใช้ประโยชน์อย่างไร มากน้อยแค่ไหน ความพอใจเกิดขึ้นบ้างมากหรือน้อยอย่างไร และเปิดรับเพลงสากลจากสื่อโดยอย่างไรบ้าง ซึ่งผลการวิจัยจะนำไปใช้ในการพัฒนาการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่เพลงสากลที่มีคุณภาพ และให้ประโยชน์ แก่ผู้ฟัง ผู้ชมมากที่สุดในการพัฒนาตนเองในด้านของทักษะ ความรู้ซึ่งมีผลในการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันให้มากที่สุด เรื่องที่น่าสนใจศึกษาเพิ่มเติมคือบริษัทจำหน่ายเพลงสากลต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างไร และประสบความสำเร็จเป็นอย่างไร

บทบาทของเพลงสากลยังเอื้อต่อธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง ในฐานะสื่อที่เน้นการสื่อสารสองทางระหว่างศิลปินและผู้ฟังผู้ชม เช่นการมีส่วนร่วมในการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่างประเทศ อันเป็นผลมาจากที่ประสบความสำเร็จด้านยอดขายผลงานจนทำให้ต้องมีการนำมาเปิดการแสดงหรือโชว์ตัวในเมืองไทย ดังเช่นที่ได้มีการรวบรวมการจัดการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย ของนิตยสาร T-CLUB ฉบับที่ 51 ประจำเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2540 พบว่ามีกิจกรรมด้านการนำศิลปินต่างประเทศมาเปิดการแสดงในเมืองไทยอย่างมากมาย และพบว่ามีกรดำเนินการ 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือจัดโดยบริษัทที่จัดคอนเสิร์ตโดยเฉพาะ คือมีการติดต่อกับบริษัทตัวแทนของศิลปินในต่างประเทศโดยตรง มักเป็นคอนเสิร์ตแบบเต็มรูปแบบ และมีการจำหน่ายบัตรเข้าชม กับอีกลักษณะคือเป็นการจัดโดยบริษัทจำหน่ายเพลงสากลในเมืองไทย ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายศิลปินในสังกัด ส่วนใหญ่เป็นการเปิดการแสดงเล็ก ๆ (Mini Show) หรือโชว์ตัว และเปิดให้เข้าชมฟรี

จากการแสดงของศิลปินเพลงสากลในเมืองไทยที่ผ่านมาพบว่าศิลปินที่มาเปิดการแสดงหรือโชว์ตัวนั้น พบว่าเป็นศิลปินแนวร็อก และป๊อป และแจ๊ซ เป็นศิลปินกลุ่มชายมากกว่าศิลปินหญิง และพบว่าเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว อาทิเช่น Michael Jackson ,Sting ,Bonny M ,Santana ,Mr.Big ,CCR และ Firehouse เป็นต้น และมีศิลปินที่กำลังเป็นที่นิยมร่วมสมัย อาทิ Suede ,Green Day ,B Jork ,Boy Zone ,Cast ,Shed Seven ,Michael Learns To Rock ,Spice Girls ,Shampoo ,Louis เป็นต้น ส่วนใหญ่เปิดการแสดง 1 รอบ บางรายมีการเปิดแสดงหรือโชว์ตัวมากกว่า 1 รอบ สถานที่

แสดงที่มักแสดงได้แก่ MBK Hall มานูญครอง, Indoor Stediam หัวหมาก ,ศูนย์การประชุมแห่งชาติ ฯ  
และตามสถานบันเทิงต่าง ๆ รวมทั้งตามโรงแรมชั้นนำต่าง ๆ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของบริษัทจำหน่ายเพลงสากลในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเพลงสากลของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการเปิดรับเพลงสากลของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและความพึงพอใจจากการรับฟังเพลงสากลของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานในการวิจัย

- 1) นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับเพลงสากลต่างกัน
- 2) นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการเปิดรับเพลงสากลต่างกัน
- 3) การเปิดรับเพลงสากลของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเพลงสากล

### ขอบเขตในการวิจัย

1) ระยะเวลาที่ศึกษาคือเพลงสากลที่ออกเผยแพร่และจำหน่ายตั้งแต่ช่วงเดือน มกราคม 2540 ถึงปลายเดือนธันวาคม 2540

2) เพลงสากลที่มุ่งศึกษาในการวิจัยนี้เป็นเพลงสากลแนวป๊อป ที่ได้รับความนิยม จากบริษัทจำหน่ายเพลงสากล 6 บริษัทหลัก คือ

- 1) Sony Music Thailand
- 2) Warner Music Thailand
- 3) Universal Music Thailand
- 4) EMI Thailand
- 5) Polygram Thailand
- 6) BMG Entertainment Thailand

3) กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ นักศึกษาในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

4) ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงลึก ได้มาจากการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท  
จำหน่ายเพลงสากลต่างๆ

### นิยามศัพท์

เพลงสากล	หมายถึง บทเพลงที่มีการเล่นดนตรีแบบตะวันตก และมีการร้องเป็นภาษาต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ โดยศิลปินหรือนักร้องต่างประเทศ และมีความเป็นสากล และเป็นที่ยอมรับในหลายๆ ประเทศ
การเปิดรับเพลงสากล	หมายถึง การรับฟังเพลงสากลทางสื่อต่าง ๆ ทั้งทีวี วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งการซื้อเทป แผ่นเสียง หรือ ซีดี และการไปชมคอนเสิร์ตต่างประเทศที่เข้ามาแสดงในเมืองไทย
บริษัทจำหน่ายเพลงสากล	หมายถึง บริษัทผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์จากบริษัทต้นสังกัดนั้น ๆ ในการเผยแพร่ จำหน่าย หรือทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์อันได้แก่ เทป ซีดี วีดีโอ ผลงานเพลงต่าง ๆ ของศิลปินต่างประเทศในสังกัด ในประเทศไทยอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
สาระและความรู้	หมายถึง เนื้อหาของบทเพลง หรือเนื้อเพลงสากลที่ให้สาระและความรู้ต่าง ๆ ในแต่ละบทเพลง ให้แก่ผู้เปิดรับ
ความบันเทิง	หมายถึง เนื้อหาและดนตรีในเพลงที่ทำให้ความสนุกสนานแก่ผู้เปิดรับ
ความพึงพอใจ	หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขจากการเปิดรับและประโยชน์ที่ผู้เปิดรับได้รับจากการฟัง หรือชมเพลงสากล เช่นการเป็นเจ้าของเทปหรือซีดีเพลงสากล และการชมมิวสิกวีดีโอ หรือชมคอนเสิร์ตของศิลปินเพลงสากลที่มาแสดงในประเทศไทย
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	

1) การวิจัยครั้งนี้ เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพของการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทจำหน่ายเพลงสากลและเป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทจำหน่ายเพลงสากลในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จ

2 ) เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังเพลงสากลของนักศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้บริษัทผู้ได้รับลิขสิทธิ์ ในการเผยแพร่และจัดจำหน่ายเพลงสากลได้ตระหนักในการเลือกสรรเพลงสากลที่มีประโยชน์ต่อผู้ฟัง มาเผยแพร่สู่ผู้ฟังที่อยู่ในวัยศึกษาซึ่งเป็นสมาชิกส่วนใหญ่และมีความสำคัญต่อสังคมต่อไป

3 ) เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ของนักศึกษา เพื่อนำไปใช้ศึกษาในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับนักศึกษาต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย