การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาว ดารากาญจน์ ทองลิ่ม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2546
ISBN 974-17-5477-9
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE USAGE AND CHARACTER OF KARAOKE USERS IN JOINT-ROOM PRIVATE ROOM AND KARAOKE BOX IN BANGKOK

Miss Daragarn Tonglim

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

Department of Mass Communication
Faculty of Communication Arts
Chulalongkorn University

Academic Year 2003
ISBN 974-17-5477-9

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย	นางสาว ดารากาญจน์ ทองลิ่ม
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

…….. คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

…… ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

…….. อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์)

……กรรมการ
(อาจารย์ เมธา เสรีธนาวงศ์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดารากาญจน์ ทองลิ่ม : การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (THE USAGE AND CHARACTER OF KARAOKE USERS IN JOINT-ROOM PRIVATE ROOM AND KARAOKE BOX IN BANGKOK) อ. ที่ปรึกษา : รศ. วิภา อุตมฉันท์, 125 หน้า. ISBN 974-17-5477-9.

วิทยานิพนธ์เรื่อง การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ ศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ของผู้ใช้คาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ทฤษฎีแรงขับ แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว และแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้คาราโอเกะจากแหล่งชุมชนต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวมส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 36 ปีขึ้นไป การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 5,000-10,000 บาทต่อเดือน คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องส่วนตัว เป็นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน อายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในจำนวนใกล้เคียงกัน มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน และผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบมีสถานภาพโสด ด้านพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้คาราโอเกะ พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแต่ละรูปแบบ มีพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้คาราโอเกะที่แตกต่างกันไป เนื่องจากคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์และความแตกต่างของคาราโอเกะแต่ละรูปแบบ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2546 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4485065328 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: USAGE / KARAOKE

DARAGARN TONGLIM : THE USAGE AND CHARACTER OF KARAOKE USERS IN JOINT-ROOM PRIVATE ROOM AND KARAOKE BOX IN BANGKOK. THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR VIPHA UTAMACHAN, 125 pp. ISBN 974-17-5477-9.

The usage and character of karaoke users in joint-room private room and karaoke box in Bangkok is a thesis that aims to analyse feature,manner and factor that affect the deportment of karaoke users in Bangkok. This is base on the audience theory, motivation concept, drive theory, privacy concept and lifestyle concept. The research uses questionairs to survey from 400 people that use karaoke in various areas in Bangkok.

The observation found that reputation of karaoke users in joint-room are males age over 36 years old with bachelor's degree that work for the government or state enterprises. Their income are between 5,000 and 10,000 baht per month. Individuality of karaoke users in private room are males and females age between 26 and 35 years old with bachelor's degree. They are student and state enterprises officer that earn over 10,000 baht per month. Personality of karaoke users in karaoke box are females age below 25 years old. They are students in secondary level that earn up to 5,000 baht per month. All karaoke users are single. The behavior and factor that affect karaoke procedure are differentiation of populating character and karaoke types.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department Mass Communication Student's signature.....
Field of study. Mass Communication Advisor's signature.....
Academic year 2003 Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยกำลังใจและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายๆท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่าน ดังนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ผู้วิจัยได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากอาจารย์อย่างมาก อาจารย์กรุณาสละเวลาเพื่ออ่านวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย พร้อมทั้งให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่สำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการแก้ไขและปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ขึ้น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ เมธา เสรีธนาวงศ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ทั้งสองท่านได้สละเวลามาเป็นประธานและกรรมการให้กับผู้วิจัย และได้ร่วมให้ข้อแนะนำสำหรับการปรับปรุงวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ สำหรับความเข้าใจ ขอบคุณพี่ซะ พี่ที่แสนดี ผู้ซึ่งคอยช่วยเหลือผู้วิจัยในทุกๆด้าน ขอบคุณนง สำหรับคำปรึกษาด้านคอมพิวเตอร์ ขอบคุณครูไก่ พี่ปุ๋ย พี่ตั้ม แก้ว สำหรับแบบสอบถาม ขอบคุณพี่ชัช เล็ก เดียร์ ดา สำหรับคำแนะนำดีๆ ขอบคุณแป้งจี่ สำหรับคำแนะนำด้านภาษา ตลอดจนเพื่อนๆของผู้วิจัยทุกคน และที่ขาดไม่ได้คือผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาเพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฎ

บทที่

บทที่ 1 บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	10
วัตถุประสงค์	10
ข้อสันนิษฐานของการวิจัย	11
นิยามศัพท์	11
ขอบเขตการวิจัย	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี	13
1. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร	13
1.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล	13
1.2 ทฤษฎีกลุ่มสังคม	15
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ	18
3. ทฤษฎีแรงขับ	20
4. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว	21
5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	23
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 29
2. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล..... 29
3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 30
4. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 30
5. การวิเคราะห์ข้อมูล..... 30
6. การนำเสนอผลการวิจัย..... 30

บทที่ 4 คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะ

1. คุณลักษณะด้านเพศ..... 31
2. คุณลักษณะด้านอายุ..... 32
3. คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา..... 35
4. คุณลักษณะด้านอาชีพ..... 36
5. คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 38
6. คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส..... 40

บทที่ 5 พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะ

1. การเลือกรูปแบบคาราโอเกะ..... 44
2. สถานประกอบการคาราโอเกะ..... 52
   - 2.1 ประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะ..... 52
   - 2.2 ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ..... 58
3. ช่วงเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะ..... 63
4. ความถี่และระยะเวลา..... 67
   - 4.1 ความถี่ในการไปใช้บริการคาราโอเกะ..... 67
   - 4.2 ระยะเวลาในการไปใช้บริการคาราโอเกะ..... 68

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะ (ต่อ)

5. เพลง..... 70
5.1 ประเภทของเพลง..... 70
5.2 เกณฑ์ในการเลือกเพลง..... 71
6. ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ..... 76
7. กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะ..... 80
8. ค่าใช้จ่าย..... 83
9. ข้อดีและข้อเสียของคาราโอเกะแต่ละรูปแบบ..... 85
9.1 คาราโอเกะแบบห้องรวม..... 85
9.1.1 ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวม..... 85
9.1.2 ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องรวม..... 86
9.2 คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว..... 86
9.2.1 ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว..... 86
9.2.2 ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว..... 87
9.3 คาราโอเกะบ็อกส์..... 88
9.3.1 ข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์..... 88
9.3.2 ข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์..... 88

บทที่ 6 สรุปและอภิปรายผล

1. คาราโอเกะแบบห้องรวม..... 92
2. คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว..... 97
3. คาราโอเกะบ็อกส์..... 102
ข้อจำกัดในการวิจัย..... 107
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต..... 107

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

รายการอ้างอิง..... 108

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสอบถาม..... 111

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 125

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 1	คุณลักษณะด้านเพศ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ……..	31
ตารางที่ 2	คุณลักษณะด้านเพศ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์……	32
ตารางที่ 3	คุณลักษณะด้านอายุ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ……	32
ตารางที่ 4	คุณลักษณะด้านอายุ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์……	33
ตารางที่ 5	คุณลักษณะด้านเพศและช่วงอายุ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์……	34
ตารางที่ 6	คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ……..	35
ตารางที่ 7	คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์……	35
ตารางที่ 8	คุณลักษณะด้านอาชีพ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ……..	36
ตารางที่ 9	คุณลักษณะด้านอาชีพ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์……..	37
ตารางที่ 10	คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ……..	38
ตารางที่ 11	คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์……	38
ตารางที่ 12	คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและที่มาของรายได้ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม……	39
ตารางที่ 13	คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและที่มาของรายได้ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……	39
ตารางที่ 14	คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและที่มาของรายได้ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์……	40
ตารางที่ 15	คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ……	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 16	คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์.....	41
ตารางที่ 17	ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	45
ตารางที่ 18	ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	46
ตารางที่ 19	ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์....	47
ตารางที่ 20	คุณลักษณะด้านเพศและปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	48
ตารางที่ 21	คุณลักษณะด้านเพศและปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	49
ตารางที่ 22	คุณลักษณะด้านเพศและปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์.....	50
ตารางที่ 23	การเลือกประเภทสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	52
ตารางที่ 24	การเลือกประเภทสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	52
ตารางที่ 25	ลักษณะการเลือกตู้คาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์.....	53
ตารางที่ 26	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านเพศของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	54
ตารางที่ 27	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านเพศของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	54
ตารางที่ 28	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชาย.....	55
ตารางที่ 29	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิง.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 30	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	57
ตารางที่ 31	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	57
ตารางที่ 32	การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์.....	58
ตารางที่ 33	ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	59
ตารางที่ 34	ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	60
ตารางที่ 35	ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์.....	61
ตารางที่ 36	ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด...	63
ตารางที่ 37	ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด	64
ตารางที่ 38	ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด.....	65
ตารางที่ 39	ความถี่ในการไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์.....	67
ตารางที่ 40	การวางแผนในการไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์.....	68
ตารางที่ 41	ระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ใช้ในการไปคาราโอเกะแต่ละครั้ง.....	68
ตารางที่ 42	ประเภทเพลงที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์เลือกร้อง.....	70
ตารางที่ 43	เกณฑ์ในการเลือกเพลงของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	71
ตารางที่ 44	เกณฑ์ในการเลือกเพลงของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว.....	72
ตารางที่ 45	เกณฑ์ในการเลือกเพลงของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์.....	72
ตารางที่ 46	เกณฑ์ในการเลือกเพลงตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม.....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 47	เกณฑ์ในการเลือกเพลงตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……	74
ตารางที่ 48	เกณฑ์ในการเลือกเพลงตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์……	74
ตารางที่ 49	ผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะร่วมกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์……	76
ตารางที่ 50	ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม……..	77
ตารางที่ 51	ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……	77
ตารางที่ 52	ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์……..	77
ตารางที่ 53	ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม……..	78
ตารางที่ 54	ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……..	78
ตารางที่ 55	ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์……	79
ตารางที่ 56	กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม	80
ตารางที่ 57	กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……	80
ตารางที่ 58	กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์……..	81
ตารางที่ 59	ค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์……..	83
ตารางที่ 60	ค่าใช้จ่ายและคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม……	84

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 61	ค่าใช้จ่ายและคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……..	84
ตารางที่ 62	ค่าใช้จ่ายและคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์……	85
ตารางที่ 63	แสดงลำดับข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวม……	85
ตารางที่ 64	แสดงลำดับข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องรวม……	86
ตารางที่ 65	แสดงลำดับข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……..	86
ตารางที่ 66	แสดงลำดับข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว……..	87
ตารางที่ 67	แสดงลำดับข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์……...	88
ตารางที่ 68	แสดงลำดับข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์……	88

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อเอ่ยถึง "คาราโอเกะ" หลายคนคงจะไม่ปฏิเสธว่ารู้จักคำๆนี้เป็นอย่างดี หลายคนรู้จักคาราโอเกะ(karaoke) ในฐานะที่คาราโอเกะเป็นกิจกรรมบันเทิงอย่างหนึ่งซึ่งสามารถพลิกโฉมหน้าการบริโภคเพลงของผู้รับสารได้ จากที่ผู้รับสารมักจะบริโภคเพลงด้วยการฟังเสียเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการฟังเพลงจากรายการวิทยุ การฟังเพลงจากแผ่นเสียง การฟังเพลงจากเทปบันทึกเสียง การฟังเพลงจากการแสดงคอนเสิร์ต หรือแม้แต่การฟังเพลงและชมมิวสิควีดิโอจากรายการเพลงทางโทรทัศน์ คาราโอเกะจึงดูเหมือนเป็นกิจกรรมรูปแบบใหม่ที่ทำให้การบริโภคสื่อประเภทเพลงเปลี่ยนแปลงไป จากการฟังเพลง แปรเปลี่ยนมาเป็นการร้องเพลง ซึ่งระหว่างการร้องเพลงนั้น ผู้รับสารยังได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆพร้อมๆไปกับการบริโภคเสียงเพลง เช่น การพูดคุยสนทนาระหว่างเพื่อนฝูง อีกด้วย

คาราโอเกะ มาจากภาษาญี่ปุ่น ซึ่งโดยความหมายของภาษาแล้ว สามารถจะแยกได้เป็น 2 คำ คือ คำว่า "คารา" แปลว่า ว่าง, เปล่า และ "โอเกะ" แปลว่า ดนตรีหรือออเคสตร้า ฉะนั้นเมื่อนำมารวมกันเข้าจึงหมายความว่า ดนตรีที่ว่างเปล่าหรือดนตรีที่มีแต่ทำนองไม่มีเนื้อร้อง ดนตรีในลักษณะเช่นนี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนที่ชื่นชอบการร้องเพลง เพราะเพียงเปิดดนตรีก็สามารถที่จะร้องตามเนื้อเพลงไปพร้อมๆกัน แทนที่จะต้องใช้นักดนตรีเป็นผู้บรรเลงดนตรีทั้งวง

"คาราโอเกะ" (KARAOKE) นั้น ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนญี่ปุ่น หรือจะเรียกว่ากลายเป็นวัฒนธรรมไปแล้วก็ได้ และได้กระจายออกไปอย่างกว้างขวางทั่วโลก ตามกระแสการแผ่ขยายอำนาจทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ไม่ว่าคนญี่ปุ่นจะไปอยู่ที่ใด จะต้องมีคาราโอเกะไว้คอยสนองความบันเทิงอยู่ด้วย คนท้องถิ่นในประเทศต่างๆก็พลอยรับเอารูปแบบความบันเทิงนี้เข้าไปโดยปริยาย กลายมาเป็นที่รู้จักเรียกขานกันจนติดปากของคนทุกชาติทุกภาษา (ผู้จัดการรายเดือน,2536)

สำหรับความเป็นมาของ "คาราโอเกะ" นั้น เกิดขึ้นหลังจากที่ประเทศญี่ปุ่นแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2 (คลังสมอง,2534) โดยได้ถือกำเนิดจากบาร์เหล้าเล็กๆแห่งหนึ่งในเมืองโกเบ เมืองท่าทางฝั่งตะวันตกของญี่ปุ่นในปี 1970 (สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์,2542) เนื่องมาจากเจ้าของร้านเหล้าเกิด

ปัญหาขาดนักร้องและวงดนตรีที่เคยเล่นประจำ เขาจึงนำเทปเพลงที่มีดนตรีเพียงอย่างเดียวมาเปิดและให้ลูกค้าในร้านเหล้าได้สับเปลี่ยนกันร้องเพลงแทนการใช้นักร้องและวงดนตรี (A New Industry From Kansai, 1997)

ถึงแม้ว่าต่อมาการร้องเพลงที่เกิดขึ้นจากนักร้องอาชีพจะกลับมาอีกครั้ง แต่เนื่องจากการแสดงทั้งหลาย จำเป็นต้องลดต้นทุนลดค่าใช้จ่ายลงไป เพราะต้องการประหยัด จึงมีการนำเอาดนตรีที่ใช้ในการบันทึกแผ่นเสียง ซึ่งไม่มีเนื้อร้องมาเป็น “แบ็คอัพ” แทนวงดนตรีที่มีนักดนตรีหลายๆคน จนทำให้ตลอดช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา บาร์และผับทั่วประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีเครื่องเล่นที่จะให้แขกที่มาเที่ยวได้ขึ้นร้องเพลงตามชอบใจ และได้พัฒนาเทคโนโลยีกันเรื่อยมา เพื่อให้เสียงร้องของแขกที่ร้องออกไปดียิ่งขึ้น ด้วยการใช้เครื่องเสียงชั้นดีที่พวกเขาเรียกกันว่า “คาราโอเกะ” มาแทนวงดนตรีปัจจุบัน และด้วยลักษณะที่คนญี่ปุ่นชอบร้องเพลงทำให้คาราโอเกะในญี่ปุ่นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตคนญี่ปุ่นไป (ผู้จัดการรายเดือน,2536)

การพัฒนาเทคโนโลยีของคาราโอเกะนั้น เริ่มจากเนื้อร้องของเพลง จากที่เคยจดลงกระดาษก็ได้แปรสภาพเป็นตัวอักษรบนจอทีวี และจากที่เครื่องเล่นคาราโอเกะเคยเป็นเครื่องเทปเล็กๆ ที่บรรจุคาสเซทต์มีแต่เสียงดนตรี ก็พัฒนามาเป็นวีดิโอแล้วก็มาถึงขั้นเป็นเลเซอร์ดิสก์ ซึ่งทำให้เครื่องเล่นคาราโอเกะในยุคต่อมามีขนาดกระทัดรัด มีความสวยงาม คมชัด ใช้งานง่ายขึ้นและสามารถยกเอากิจกรรมคาราโอเกะไปไว้ที่บ้านพักอาศัยได้ (A New Industry From Kansai,1997) อย่างไรก็ตามลักษณะทางสังคมของประเทศญี่ปุ่นไม่เอื้ออำนวยให้การใช้คาราโอเกะภายในครัวเรือนประสบความสำเร็จแพร่หลายนัก เนื่องจากแบบแผนวัฒนธรรมว่า ชาวญี่ปุ่นมักไม่เชิญแขกมาที่บ้าน ประกอบกับลักษณะบ้านของชาวญี่ปุ่นปลูกสร้างอยู่ชิดติดกันมาก และยังสร้างด้วยไม้ซึ่งเป็นวัสดุที่ไม่เก็บเสียงทำให้เสียงเล็ดลอดไปได้ จากข้อจำกัดดังกล่าวทำให้เกิดความคิดในการสร้างคาราโอเกะบ็อกส์ (Karaoke box) ขึ้น โดยลักษณะของคาราโอเกะบ็อกส์นั้นเป็นห้องเดี่ยวที่มีขนาดเล็ก สามารถบรรจุคนได้ประมาณ 5 คน สร้างขึ้นเพื่อกิจกรรมคาราโอเกะโดยเฉพาะ (Karaoke Around The World, 1998)

คาราโอเกะบ็อกส์สร้างขึ้นครั้งแรกในปี 1984 ในเมืองโอคายามา คาราโอเกะบ็อกส์ในยุคแรกๆนั้นสร้างขึ้นจากการดัดแปลงส่วนที่เป็นตู้คอนเทนเนอร์ที่ไม่ได้ใช้แล้ว (A New Industry From Kansai,1997) การตกแต่งคาราโอเกะบ็อกส์ในช่วงแรกๆ นิยมตกแต่งให้มีลักษณะคล้ายห้องนั่งเล่นของบ้านในประเทศญี่ปุ่น และในเวลาที่ใกล้เคียงกัน ในปี 1988 ที่ประเทศญี่ปุ่นก็เกิดคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวขึ้น โดยเริ่มแรกคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนี้ เกิดขึ้นในย่านของการพักผ่อน เช่น

ศูนย์เกมส์ ศูนย์โบว์ลิ่ง และภายในอาคารที่อยู่ในเมือง จนถึงปี 1991 ห้องคาราโอเกะในลักษณะส่วนตัวดังกล่าวก็เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมาก จนทำให้คาราโอเกะบ็อกส์แบบตู้คอนเทนเนอร์ค่อยๆหายไป และในที่สุด ย่านธุรกิจของญี่ปุ่นก็เต็มไปด้วยอาคารที่สร้างขึ้นเพื่อกิจกรรมคาราโอเกะโดยเฉพาะ การแพร่ขยายของธุรกิจคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่อยู่ในตัวอาคาร และคาราโอเกะบ็อกส์เหล่านี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านของผู้ใช้สื่อคาราโอเกะ คือทำให้กลุ่มผู้ใช้คาราโอเกะไม่จำกัดอยู่เพียงแค่กลุ่มนักธุรกิจชายอีกต่อไป กลุ่มแม่บ้าน หญิงทำงาน นักศึกษามหาวิทยาลัยและแม้กระทั่งนักเรียนมัธยมก็สามารถใช้คาราโอเกะได้ (Karaoke Around The World,1998)

นับจากนั้นคาราโอเกะก็แพร่กระจายไปทั่วประเทศญี่ปุ่นและประเทศอื่นๆที่มีคนญี่ปุ่นติดต่อทำธุรกิจด้วย เช่น ในประเทศฮ่องกง ประเทศไต้หวัน ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย

...ที่ฮ่องกงทุกหนทุกแห่งต่างคลั่งไคล้คาราโอเกะกันมาก บรรดาภัตตาคารจีนหลายร้อยแห่งที่ขึ้นชื่อต่างต้องเปิดห้องพิเศษเพื่อบริการคาราโอเกะแก่ลูกค้าโดยเฉพาะแข่งกับบาร์คาราโอเกะเพียวๆที่เปิดขึ้นมาในขนาดใหญ่โตหรูหรา...

...ส่วนที่ไต้หวันแม้ผู้บริโภคที่มารับบริการประเภทนี้จะต้องเสียค่าธรรมเนียมแพงกว่าในฮ่องกงและสิงคโปร์แต่เศรษฐีใหม่ก็ไม่หวั่น แม้บางครั้งจะต้องคอยคิวนานถึง 2 ชั่วโมง จึงมีห้องว่าง ลูกค้าก็ไม่ยั่น... (คู่แข่ง,2533)

คาราโอเกะเริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมบันเทิงในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2530-2531 โดยเริ่มแรกกลุ่มผู้ใช้ยังคงเป็นกลุ่มนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น ชาวฮ่องกง ชาวไต้หวัน คาราโอเกะในยุคแรกนี้จึงเกิดขึ้นที่ผับและโรงแรมที่ชาวต่างประเทศเหล่านี้นิยมไปใช้บริการ

คาราโอเกะในสมัยเริ่มแรกจะอยู่เฉพาะในบาร์ญี่ปุ่นแถว ถนนธนิยะ สีลม เพื่อให้บริการลูกค้าญี่ปุ่น ซึ่งถือว่าบาร์ญี่ปุ่นหรือคลับต่างๆบนถนนธนิยะในอดีตจะเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเป็นที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจชาวญี่ปุ่น ลักษณะของการให้บริการคาราโอเกะในบาร์ญี่ปุ่นในประเทศไทยไม่ต่างกับในประเทศญี่ปุ่นมากนัก จะมีเหล้าสาเก และมีผู้หญิงไว้คอยบริการ และส่วนหนึ่งจะเป็นบริการให้แขกได้ร้องเพลงซึ่งจะใช้วงดนตรีทั้งวงเป็นคนบรรเลง แล้วให้แขกสลับกันขึ้นมาร้อง ในช่วงแรกนั้นเจ้าของคลับที่ธนิยะซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่นได้นำดนตรีคาราโอเกะเข้ามาบริการแก่ลูกค้า ด้วยสาเหตุที่นักร้องในยุคนั้นมีปัญหาบ่อยครั้ง เช่น เรื่องการเบี้ยว ไม่มาเล่นตามเวลาที่ตกลงกันไว้ นอกจากนั้นยังต้องเสียค่าจ้างแพงด้วย จึงทำให้เจ้าของ

ร้านตัดปัญหา ด้วยการใช้ดนตรีคาราโอเกะเข้ามาแทนการจ้างวงดนตรี รูปแบบของคาราโอเกะแรกๆ ที่นำมาใช้เรียกกันว่า “ดนตรีแปดแทรค” คือ จะมีเครื่องเล่นและม้วนเทปที่มีลักษณะคล้ายกับเทปเพลงทั่วไป แต่มีขนาดที่ใหญ่กว่าเทปธรรมดาเล็กน้อย ลักษณะการใช้เช่นเดียวกับการเปิดเทปเพลงธรรมดาแต่แตกต่างกันที่ เครื่องเล่นชนิดนี้จะไม่มีเสียงร้องมีเฉพาะเสียงดนตรีเพียงอย่างเดียว แขกที่มาเที่ยวจะร้องเพลงโดยมีเนื้อเพลงเขียนไว้ในกระดาษกางเอาไว้ให้ดูและร้องตาม

หลิน จง (สัมภาษณ์ในผู้จัดการรายเดือน,2536) นักธุรกิจคาราโอเกะชาวไต้หวันกล่าวว่า การบริการของคลับในธนิยะช่วงแรกๆ จะรับเฉพาะคนญี่ปุ่น ไม่รับคนไทย เพราะว่าชาวญี่ปุ่นมีลักษณะพิเศษ คือไม่ชอบข้องแวะกับคนแปลกหน้า ซึ่งค่าใช้จ่ายในบาร์ญี่ปุ่นมีราคาที่แพงมากพอๆ กับการเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น แต่ต่อมานโยบายของบาร์หรือคลับที่ธนิยะเหล่านี้หลายแห่งได้เปลี่ยนแปลงไป มีการรับลูกค้าคนไทยมากขึ้นเพื่อความอยู่รอดในทางธุรกิจ

จากที่ธุรกิจคาราโอเกะเคยจำกัดอยู่ในแหล่งบันเทิงย่านถนนธนิยะ ทุกวันนี้คาราโอเกะเริ่มแพร่หลายไปทั่วกรุงเทพและตามเมืองใหญ่ๆของประเทศไทย โดยอยู่ในสถานบันเทิงหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นคลับชั้นสูง โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร เพื่อเป็นการตอบสนองผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้งระดับสูง กลางและล่าง

สถานประกอบการคาราโอเกะที่มีอยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งตามประเภท ได้ดังนี้

1. สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในโรงแรม เป็นสถานประกอบการคาราโอเกะซึ่งมีลักษณะค่อนข้างทันสมัย มีจอคาราโอเกะขนาดใหญ่ ไมโครโฟนไร้สาย มีบริการที่ดี เป็นสถานประกอบการที่อยู่ภายในตัวโรงแรมให้บริการทั้งบุคคลที่พักอาศัยในโรงแรมและบุคคลภายนอก ลักษณะของสถานที่มีการตกแต่งอย่างหรูหราและสวยงาม ห้องคาราโอเกะรวมมีขนาดใหญ่ บางแห่งจะมีเวทีโดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ขึ้นไปร้อง มีห้องส่วนตัวจำนวนหลายห้องและหลายขนาดตั้งแต่ขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 30-40 คน ตลอดถึงห้องส่วนตัวขนาดเล็ก ค่าใช้-จ่ายในการใช้บริการในห้องรวมนั้นคิดจากค่าอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนในห้องส่วนตัวนั้นมีทั้งการคิดราคาค่าใช้จ่ายแบบเป็นชั่วโมงและแบบเหมาทั้งคืน สำหรับค่าอาหารและค่าเครื่องดื่มนั้นจะมีราคาสูงกว่าราคาทั่วไปและมีการคิดค่าบริการเพิ่มด้วย

2. สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร เป็นสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีการขายอาหารควบคู่ไปด้วย ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะเน้นที่การขายอาหารเป็นหลัก

โดยให้บริการคาราโอเกะเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินแก่ลูกค้าที่มาทานอาหาร สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีการให้บริการคาราโอเกะในรูปแบบของคาราโอเกะแบบห้องรวม แต่ร้านอาหารที่ขนาดค่อนข้างใหญ่ก็จะมีการให้บริการคาราโอเกะในรูปแบบห้องส่วนตัวด้วย

3. สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในไนท์คลับ เป็นสถานประกอบการคาราโอเกะที่ส่วนใหญ่มักจะมีวงดนตรีเล่น ในห้องรวมมักจะมีเวทีที่ให้ลูกค้าได้ขึ้นไปร้องหากลูกค้ามีความประสงค์ บางแห่งจะมีบริการเพื่อนช่วยร้องเพลงด้วย ห้องส่วนตัวมีหลายขนาดทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ การคิดราคามีทั้งที่คิดเป็นชั่วโมงและเหมาทั้งคืน สถานประกอบการคาราโอเกะประเภทไนท์คลับมีรายได้ส่วนใหญ่จากการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (บางแห่งคิดค่าบริการเป็นดริ๊งค์)

4. สถานประกอบการคาราโอเกะที่มีลักษณะเป็นการให้บริการคาราโอเกะโดยเฉพาะ เป็นสถานประกอบการคาราโอเกะที่เปิดบริการโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้บริการคาราโอเกะโดยเฉพาะ มีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นสินค้าเสริม รายได้โดยส่วนใหญ่มาจากค่าห้องซึ่งมีทั้งที่คิดแบบเป็นชั่วโมง และทั้งที่คิดแบบเหมาทั้งคืน ราคาขึ้นอยู่กับขนาดของห้อง ส่วนใหญ่แล้วสถานประกอบการคาราโอเกะประเภทที่ให้บริการคาราโอเกะโดยเฉพาะมักปรากฏในรูปของการให้บริการคาราโอเกะในแบบห้องส่วนตัว โดยห้องส่วนตัวจะมีหลายขนาด จำนวนไมค์ในห้องขึ้นอยู่กับขนาดของห้อง ขอเพลงโดยใช้รีโมทกดรหัสเพลงตามที่ทางร้านได้กำหนดไว้ และห้องควบคุมจะทำการเปิดเพลงดังกล่าวให้

5. สถานประกอบการคาราโอเกะที่มีลักษณะเป็นคาราโอเกะบ็อกส์ เป็นคาราโอเกะประเภทที่มีขนาดเล็กที่สุด คาราโอเกะบ็อกส์มีลักษณะเป็นตู้สี่เหลี่ยมขนาดประมาณ 1.5-2 ตารางเมตร จุคนได้ไม่เกิน 5 คน ส่วนใหญ่แล้วคาราโอเกะประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า อาจจะตั้งเรียงกันประมาณ 3 ตู้ หรือตั้งอยู่เป็นกลุ่มๆเป็นโซนคาราโอเกะก็ได้ ภายในประกอบด้วยจอโทรทัศน์ ไมค์และมีเมนูให้เลือกเพลง มีการกำหนดรหัสให้เพลงแต่ละเพลง ผู้ใช้บริการเลือกเพลงตามรหัสที่กำหนด โดยเสียค่าใช้จ่ายในการร้องตามจำนวนเพลงที่ร้อง เพลงละ 10 บาท

สำหรับจำนวนของสถานประกอบการคาราโอเกะในกรุงเทพมหานครที่ได้ทำการจดทะเบียนกับกองทะเบียนกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีจำนวนทั้งสิ้น 1,073 แห่ง (เก็บข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2545) พบว่าพื้นที่ในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนสถานประกอบการคาราโอเกะมากที่สุดคือ เขตบางรัก เขตบางกะปิ เขตพญาไท ตามลำดับ

เพลงที่มีให้บริการภายในสถานประกอบการคาราโอเกะนั้น จะถูกบันทึกไว้ในสมุดเมนูเพลง ซึ่งสถานประกอบการคาราโอเกะจะแบ่งประเภทของเพลงเพื่อความสะดวกในการค้นหา โดยจะใช้ภาษาที่ร้องเป็นเกณฑ์ ดังนี้

1. เพลงภาษาไทย ได้แก่ เพลงที่ใช้ภาษาไทยในการถ่ายทอดเรื่องราว มีปริมาณมากที่สุด โดยสามารถแบ่งเพลงภาษาไทยได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เพลงลูกทุ่งและเพลงลูกกรุง

2. เพลงภาษาอังกฤษ ได้แก่ เพลงที่ใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลถ่ายทอดเรื่องราว มีจำนวนไม่มากเท่าเพลงภาษาไทย

3. เพลงประเภทอื่นๆ ได้แก่ เพลงที่ใช้ภาษาอื่นๆในการถ่ายทอด เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ฯลฯ เพลงตามเทศกาล เช่น เพลง Happy birthday เพลงวันปีใหม่ เป็นต้น

นอกจากแบ่งเพลงจากภาษาแล้วสถานประกอบการคาราโอเกะมักจะมีการแบ่งย่อยลงไปอีกเพื่อความสะดวกในการเลือก ซึ่งบางที่อาจจะเรียงตามตัวอักษรตัวแรกของชื่อเพลงหรือชื่อศิลปิน (ภาษาไทย ก-ฮ และภาษาอังกฤษ a-z) ในขณะที่เพลงใหม่ๆนั้นจะพิมพ์เพิ่มเป็นหน้าพิเศษ หรือสถานประกอบการคาราโอเกะบางที่จะเป็นการเรียงลำดับเพลงตามความเก่าใหม่ของเพลงแทนการเรียงตามตัวอักษร

สิ่งที่ทำให้สื่อคาราโอเกะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายนั้นมีผู้สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากการที่สื่อคาราโอเกะได้ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้ความบันเทิงและผ่อนคลายรวมทั้งเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีการทำกิจกรรมระหว่างการบริโภคเพลง เช่น การสนทนาพูดคุยกันระหว่างเพื่อนฝูง หรือการร้องเพลงร่วมกัน

...จุดเด่นของคาราโอเกะคือเป็นการพักผ่อนที่ระบายความเครียดได้ดีที่สุดวิธีหนึ่ง ดังที่เราเคยเห็นว่าคนเราจะมีความรู้สึกลดความตึงเครียดเมื่อได้ตะโกนเสียงระบายความอัดอั้น คับแค้นใจออกไป หลักการนี้คงอธิบายได้กับการร้องคาราโอเกะ ส่วนเหตุผลอื่นๆก็คงเป็นลักษณะของทฤษฎีที่ว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม โดยพื้นฐานต้องการอยู่ร่วมกัน ทำกิจกรรมด้วยกัน การร้องคาราโอเกะมักจะทำกันเป็นหมู่คณะ แต่ก็สามารถร้องคนเดียวได้เช่นกัน อีกทั้งหากร้องในห้องรวมที่ไม่ใช่ห้อง

ส่วนตัว ก็เป็นการฝึกการแสดงออกในที่สาธารณะไปด้วย สิ่งที่กล่าวมาจึงไม่มีในธุรกิจบันเทิงรูปแบบอื่น มีเพียงคาราโอเกะเท่านั้น... (วารสารส่งเสริมการลงทุน,2539)

นอกจากสื่อคาราโอเกะจะทำหน้าที่สร้างความบันเทิงและผ่อนคลายจากความตึงเครียดเหมือนสื่อด้านเสียงเพลงทั่วๆไปแล้ว สื่อคาราโอเกะก็ยังมีความแตกต่างจากสื่อด้านเสียงเพลงทั่วๆไป คือ เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้แสดงออกถึงความสามารถและได้ทำกิจกรรมอื่นๆขณะที่ทำการบริโภคเสียงเพลงด้วย เหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อคาราโอเกะขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการแสดงออกและความต้องการมีส่วนร่วมกับสื่อของผู้รับสารในรูปแบบที่แตกต่างกันไป จากเดิมที่มีการร้องคาราโอเกะในแบบห้องรวมตามสถานประกอบการคาราโอเกะซึ่งคาราโอเกะในรูปแบบดังกล่าวเป็นการฝึกการแสดงออกในที่สาธารณะ และการมีส่วนร่วมกับคนอื่นๆในที่นั้นด้วย เช่น อาจจะมีการปรบมือให้เมื่อผู้อื่นร้องเพลงจบ ซึ่งการร้องเพลงคาราโอเกะในแบบห้องรวมนี้ก็จะมีข้อได้เปรียบตรงที่ได้ฝึกการแสดงออก แต่ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัวมากนัก ต่อมาจึงได้มีการเพิ่มรูปแบบของคาราโอเกะขึ้น โดยพัฒนาให้มีการร้องคาราโอเกะในแบบห้องส่วนตัว เพื่อให้เกิดความเป็นสัดเป็นส่วนและให้ความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวมากขึ้น คาราโอเกะรูปแบบนี้ต่างจากคาราโอเกะแบบห้องรวมตรงที่ได้ตอบสนองความต้องการในการมีส่วนร่วมและการปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม จนถึงปัจจุบันนี้รูปแบบของคาราโอเกะก็ได้เพิ่มความหลากหลายขึ้นอีกรูปแบบหนึ่ง นั่นคือ คาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งเป็นลักษณะของคาราโอเกะที่ก้ำกึ่งกันระหว่างลักษณะของคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ซึ่งต่อจากนี้ ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงรายละเอียดและลักษณะของคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ คือ คาราโอเกะแบบห้องรวม คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คาราโอเกะแบบห้องรวม เป็นรูปแบบของคาราโอเกะรูปแบบหนึ่งที่กิจกรรมการร้องคาราโอเกะกระทำภายใต้บริบทที่มีความเป็นสาธารณะ เนื่องจากภายในห้องคาราโอเกะแบบรวมจะมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก และมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มจะไม่รู้จักกัน ซึ่งการที่ผู้ใช้บริการเหล่านี้จะต้องใช้บริการและทำกิจกรรมต่างๆอยู่ภายในห้องเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลง หรือการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้ไม่มีความเป็นส่วนตัว ขนาดของห้องคาราโอเกะแบบรวมมีขนาดใหญ่ที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับห้องคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ ภายในห้องประกอบด้วย จอคาราโอเกะขนาดใหญ่ โต๊ะและเก้าอี้จำนวนมากเพื่อใช้สำหรับรองรับลูกค้าที่จะมาใช้บริการ แต่ละโต๊ะจะมีสมุดเมนูเพลงไว้บริการ ซึ่งภายในจะมีชื่อเพลงพร้อมรหัสเพลง ชื่อนักร้องและชื่ออัลบั้มเพลงปรากฏอยู่ อีกด้านหนึ่งของห้องคาราโอเกะแบบรวมจะเป็นพื้นที่สำหรับเตรียมแผ่นและเปิดแผ่นเพลงตามลำดับเพลงที่ลูกค้าได้ขอไว้ นอกจากนี้สถานประกอบการคาราโอเกะ

แบบห้องรวมบางแห่ง ยังมีพื้นที่ซึ่งจัดเป็นเวทีหรือพื้นยกระดับ เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสแสดงความสามารถอย่างเต็มที่ ด้วยการขึ้นไปร้องคาราโอเกะบนเวที และบางแห่งยังมีการจัดการประกวดร้องคาราโอเกะอีกด้วย ลักษณะการขอเพลงของคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้น จะเป็นระบบเวียนไมค์ นั่นคือ ลูกค้าแต่ละโต๊ะจะเขียนชื่อเพลงหรือรหัสของเพลงที่ปรากฏอยู่ในสมุดเมนูเพลงลงในกระดาษพร้อมกับเขียนหมายเลขโต๊ะ จากนั้นจึงยื่นกระดาษที่เขียนชื่อเพลงให้กับพนักงานของร้าน ซึ่งพนักงานของร้านก็จะส่งต่อชื่อเพลงนั้นให้กับพนักงานที่ทำหน้าที่เปิดแผ่นภายในห้องควบคุม หลังจากนั้นลูกค้าก็จะต้องรอร้องเพลงตามคิว และเมื่อถึงคิวของโต๊ะใด พนักงานก็จะนำไมโครโฟนมาให้กับโต๊ะนั้น ซึ่งบางครั้งหากมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก ระยะเวลาที่เว้นว่างจากการร้องเพลงก็จะยาวนานตามไปด้วย สำหรับจำนวนเพลงที่แต่ละโต๊ะจะได้ร้องในแต่ละรอบนั้น ทางร้านจะเป็นผู้กำหนดตามความเหมาะสม และโดยส่วนใหญ่มักจะคำนวณจากจำนวนของลูกค้าในเวลานั้นๆ ซึ่งตามปกติก็จะประมาณ 2-3 เพลงต่อ 1 รอบ สำหรับเวลาในการเปิดบริการอยู่ในช่วง 17.00-19.00 น. และจะปิดบริการในเวลา 02.00 น. แต่ในกรณีที่สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่เปิดบริการในห้างสรรพสินค้า เวลาในการเปิดให้บริการก็จะเป็นไปตามเวลาเปิดทำการของห้างสรรพสินค้า และจะปิดให้บริการในเวลา 02.00 น. ส่วนค่าใช้จ่ายของการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม จะคิดจากค่าอาหารและเครื่องดื่ม โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายจากการร้องเพลงแต่อย่างใด

คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เป็นรูปแบบคาราโอเกะที่มีความเป็นส่วนตัวมากที่สุด เนื่องด้วยลักษณะการจัดพื้นที่ที่เป็นสัดเป็นส่วนอย่างชัดเจน มีผนังและประตูกั้นห้องคาราโอเกะแต่ละห้องออกจากกัน และแต่ละห้องจะถูกปิดอย่างมิดชิดเพื่อป้องกันการรบกวนจากบุคคลภายนอก ดังนั้นภายในห้องจะมีเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มาด้วยกันเท่านั้น ขนาดห้องของคาราโอเกะแบบส่วนตัวจะมีหลายขนาด เพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนของผู้ที่มาใช้บริการแต่ละกลุ่ม ภายในห้องจะประกอบด้วยโทรทัศน์ ซึ่งจะมีขนาดแตกต่างกันตามขนาดของห้อง ที่นั่งสำหรับร้องคาราโอเกะ ไมโครโฟนซึ่งจำนวนไมโครโฟนก็จะเพิ่มลดตามขนาดของห้องอีกเช่นกัน นอกจากนี้สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวบางแห่ง ยังมีบริการห้องน้ำภายในห้องอีกด้วย ลักษณะของการเลือกเพลงในคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น มีการพัฒนาให้มีความทันสมัยและสะดวกต่อการค้นหามากขึ้น โดยมีตั้งแต่การค้นหาเพลงจากสมุดเมนูเพลง จนถึงการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการจัดเก็บเพลง ซึ่งจากระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าวผู้ใช้บริการสามารถค้นหาเพลงได้หลากหลายวิธี ทั้งจากชื่อนักร้อง ชื่อเพลง ภาษา หมวดหมู่เพลงใหม่ เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกเพลงและร้องเพลงติดต่อกันไปได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับเวลาในการเปิดและปิดบริการจะมีลักษณะเดียวกับคาราโอเกะแบบห้องรวม การคิดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของค่าอาหารและเครื่องดื่ม และส่วนของค่าใช้บริการหรือทั่วไปเรียกว่า “ค่าห้อง” ซึ่ง

ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ มี 2 แบบ คือ การคิดแบบรายชั่วโมง โดยผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายเงินตามจำนวนชั่วโมงที่ได้ใช้บริการไป ซึ่งแต่ละที่ก็จะมีอัตราที่แตกต่างกัน และการคิดค่าใช้จ่ายอีกแบบก็คือ การคิดแบบเหมาทั้งคืน ผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายเงินเสมือนว่าผู้ใช้บริการได้ใช้บริการทั้งคืน (ตั้งแต่ร้านเปิดบริการจนกระทั้งปิดบริการ ประมาณ 8 ชั่วโมง) ไม่ว่าผู้ใช้บริการจะใช้บริการกี่ชั่วโมงก็ตาม

คาราโอเกะบ็อกส์ เป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่เล็กที่สุด สถานที่ตั้งของคาราโอเกะบ็อกส์โดยส่วนใหญ่แล้วมักตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ โดยจะตั้งอยู่รวมกันหลายๆตู้ เวลาเปิดบริการก็จะเป็นไปตามเวลาทำการของห้างสรรพสินค้า ช่วงแรกๆตู้คาราโอเกะบ็อกส์จะมีลักษณะใกล้เคียงกับตู้โทรศัพท์สาธารณะ แต่มีขนาดใหญ่กว่าเล็กน้อย ต่อมาจึงได้มีการตกแต่งและพัฒนารูปทรงของตู้คาราโอเกะบ็อกส์ให้มีความหลากหลายและแปลกตามากขึ้น เช่น มีการตกแต่งตู้คาราโอเกะให้เหมือนกับบ้านในต้นไม้ เป็นต้น แม้ว่าจะมีการพัฒนารูปแบบและการตกแต่ง ให้มีความทันสมัยและแปลกตาแต่เอกลักษณ์ของตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่ไม่เปลี่ยนก็คือ การติดกระจกรอบด้านหรือด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งมีทั้งกระจกใสและกระจกสีชา และด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้ที่เดินผ่านในบริเวณนั้นสามารถที่จะมองเห็นกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์กำลังกระทำอยู่ได้ ทั้งการร้องและการเต้น ทำให้คาราโอเกะบ็อกส์เป็นรูปแบบคาราโอเกะที่มีความก้ำกึ่งระหว่างความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัว เพราะถึงแม้ว่าภายในห้องจะมีเฉพาะกลุ่มคนที่มาด้วยกัน ไม่มีผู้อื่น ทำให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว แต่ด้วยลักษณะตู้ที่กรุกระจกและผู้อื่นสามารถมองเข้ามาเห็นการกระทำต่างๆได้ จึงมีความเป็นสาธารณะด้วยในเวลาเดียวกัน ภายในตู้คาราโอเกะบ็อกส์ประกอบด้วยจอคาราโอเกะ ไมโครโฟน ที่นั่ง และสมุดเมนูเพลง ผู้ใช้บริการสามารถเลือกเพลงได้โดยกดรหัสเพลงที่ปรากฏในสมุดเมนูเพลงบนแผงปุ่มแบบตัวเลขที่อยู่ใต้จอคาราโอเกะ และหยอดเหรียญลงในช่องหยอดเหรียญที่อยู่ด้านข้าง จากนั้นเพลงที่ผู้ใช้บริการได้ทำการเลือกไว้ ก็จะปรากฏบนหน้าจอ การใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น ไม่มีการกำหนดระยะเวลาในการใช้ ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการได้นานเท่าที่ต้องการ สำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ คิดจากจำนวนเพลงที่ผู้ใช้บริการร้องไป ในอัตราเพลงละ 10 บาท

จากลักษณะรูปแบบของคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบจะเห็นว่า แต่ละรูปแบบมีความแตกต่างกันในด้านจำนวนของผู้อื่นที่อยู่ในสถานที่นั้นๆ กล่าวคือจากเดิมที่สถานประกอบการคาราโอเกะจะให้บริการคาราโอเกะในห้องรวม ซึ่งมีลักษณะเปิด ซึ่งรูปแบบดังกล่าวจะมีจำนวนของผู้ร้องคาราโอเกะที่อยู่ในห้องเดียวกันค่อนข้างมากและหลากหลายทั้งผู้ที่เรารู้จักและไม่รู้จัก ต่อมาเมื่อได้มีการพัฒนาให้คาราโอเกะมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้นโดยการออกแบบให้มีการร้องคาราโอเกะภายในห้องส่วนตัว ทำให้จำนวนของผู้ร้องคาราโอเกะที่อยู่ภายในห้องเดียวกันลดลง และบุคคลดังกล่าวจะเป็นบุคคลที่

รู้จักกัน จนมาถึงรูปแบบการพัฒนาเป็นคาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีลักษณะก้ำกึ่งระหว่างรูปแบบห้องรวมที่มีผู้ที่ไม่รู้จักเป็นจำนวนมาก และห้องส่วนตัวที่มีจำนวนของบุคคลที่อยู่ในห้องลดลง และบุคคลเหล่านั้นก็เป็นบุคคลที่รู้จักและมีความสนิทสนม ในขณะที่รูปแบบคาราโอเกะบ็อกส์นั้นภายในห้องสามารถเทียบเคียงได้กับห้องคาราโอเกะส่วนตัวเพราะภายในห้องจะมีผู้ที่เรารู้จัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว แต่ในขณะเดียวกันรูปแบบของคาราโอเกะบ็อกส์ก็ยังคงไว้ซึ่งลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกับคาราโอเกะในรูปแบบห้องรวม คือ ด้านนอกของคาราโอเกะบ็อกส์หากเปรียบไปแล้วก็เสมือนกับลักษณะของรูปแบบห้องรวม ซึ่งผู้อื่นที่อยู่ภายนอกตู้คาราโอเกะสามารถได้ยินเสียงที่ดังมาจากภายในห้อง และสามารถมองเห็นการกระทำที่เกิดขึ้นภายในตู้คาราโอเกะได้อีกด้วย

และด้วยลักษณะรูปแบบของคาราโอเกะที่มีความแตกต่างกันดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทั้งคาราโอเกะในรูปแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า คุณลักษณะของผู้ที่ไปใช้บริการคาราโอเกะในห้องแต่ละแบบนั้น มีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร และผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้คาราโอเกะในแต่ละรูปแบบนั้นอย่างไร

ปัญหานำวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อสันนิษฐานของการวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ น่าจะมีความแตกต่างกันทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน น่าจะเลือกห้องรูปแบบเดียวกัน
2. พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ น่าจะมีความแตกต่างกัน

นิยามศัพท์

1 คาราโอเกะ หมายถึง กิจกรรมบันเทิงรูปแบบหนึ่งมีลักษณะเป็นการร้องเพลงประกอบดนตรีและภาพจากมิวสิควีดิโอโดยมีเนื้อเพลงอยู่ส่วนล่างของจอภาพ

2 การใช้ หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อคาราโอเกะในห้องรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

3 ผู้ใช้คาราโอเกะ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะ

4 ห้องรวม หมายถึง กิจกรรมการร้องคาราโอเกะภายใต้บริบทที่มีความเป็นสาธารณะ โดยส่วนใหญ่แล้วลักษณะของห้องรวมจะมีขนาดของห้องที่ใหญ่กว่าห้องส่วนตัว กว้าง ไม่มีความเป็นส่วนตัว การบริการร้องเพลงคาราโอเกะมีหลายลักษณะ ทั้งลักษณะที่เป็นการให้บริการร้องคาราโอเกะตามโต๊ะโดยเป็นการเวียนไมโครโฟนไปตามโต๊ะต่างๆ หรืออาจเป็นการให้ลูกค้าขึ้นไปร้องคาราโอเกะบนเวที หรือพื้นที่ที่จัดไว้ให้

5 ห้องส่วนตัว หมายถึง กิจกรรมการร้องคาราโอเกะภายใต้บริบทที่มีความเป็นส่วนตัว ซึ่งกระทำกันระหว่างบุคคลที่สนิทสนมกัน ลักษณะของห้องส่วนตัวส่วนใหญ่ จะถูกจัดอย่างเป็นสัดเป็นส่วน ภายในห้องประกอบด้วยจอคาราโอเกะ และจำนวนไมโครโฟนตามขนาดห้อง โดยส่วนใหญ่แล้วห้องส่วนตัว จะมีหลายขนาด

6 คาราโอเกะบ็อกส์ หมายถึง รูปแบบของคาราโอเกะประเภทหนึ่ง ที่กิจกรรมการร้องคาราโอเกะกระทำภายใต้บริบทที่กึ่งกลางระหว่างความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัว คาราโอเกะบ็อกส์มักพบตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งขนาดของห้องไม่กว้างมากนัก จุคนได้ไม่เกิน 5 คน รอบห้องเป็นกระจก บุคคลภายนอกสามารถมองเห็นได้ ภายในประกอบด้วย จอคาราโอเกะ ไมโครโฟน ช่องหยอดเหรียญ และแฟ้มที่เก็บรวบรวมเพลง ค่าใช้จ่ายคิดจากจำนวนเพลงที่ร้อง เพลงละ 10 บาท

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปรากฏการณ์แบบภาคตัดขวาง (cross sectional study) โดยอาศัยข้อสันนิษฐานว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวมีความเหมือนกันในทุกช่วงเวลา ดังนั้นไม่ว่าจะเก็บข้อมูลในช่วงเวลาใด จะให้ผลที่ไม่แตกต่างกัน โดยได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม 2546

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่จะทำการศึกษาสื่อชนิดนี้ต่อไป เนื่องจากปัจจุบันสื่อคาราโอเกะยังเป็นสื่อที่มีผู้วิจัยน้อย
2. เพื่อเป็นประโยชน์กับสถานบริการคาราโอเกะต่อไป ในอันที่จะจัดการบริการให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้ที่มาใช้บริการ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวคิดและทฤษฎีที่เป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร
    1.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล
    1.2 ทฤษฎีกลุ่มสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
3. ทฤษฎีแรงขับ
4. แนวคิดหน้าที่ของความเป็นส่วนตัว
5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร

เดอเฟลอร์ (De fleur, 1966) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน ซึ่งจะทำให้การรับสารนั้นไม่เหมือนกันนั่นก็คือตัวแปรแทรก ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟลอร์เกี่ยวกับเรื่องนี้ได้แก่

1.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ความแตกต่างของแต่ละบุคคลนั้น ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคลแต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมกันเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ทฤษฎีในเรื่องความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลนี้สามารถนำไปประยุกต์เข้ากับพฤติกรรมด้านการสื่อสารมวลชนของแต่ละคน กล่าวคือ การที่บุคคลแต่ละคนจะเลือกให้ความสนใจเปิดรับ (Selective exposure) และเลือกรับรู้ (Selective perception) ในเนื้อหาอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความแตกต่างกันในลักษณะของบุคลิกภาพส่วนบุคคล และผลที่เกิดขึ้นคือ การเลือกรับสารและการติดตามเนื้อหาของสารของแต่ละคน ก็จะแตกต่างออกไปด้วยเช่นกัน

ในขณะเดียวกัน Schramm (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารดังนี้

1. ประสบการณ์ จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจจะเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวสอดคล้องกับ Levy และ Windahl ที่เสนอไว้ว่า การที่บุคคลมีกระบวนการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์ วัยวุฒิและความต้องการที่ต่างกัน โดยกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองสารในการรับรู้ของมนุษย์

1.2 **ทฤษฎีกลุ่มสังคม** (Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิลำเนา ซึ่งตามสมมติฐานนั้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีความสนใจหรือพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน เช่นเดียวกับแนวคิดด้านประชากรซึ่งใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผลมาอธิบาย กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกัน จะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้ว กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรเชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่วๆไปแตกต่างกัน ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่ม จึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นๆ จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย

แนวทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ได้พิจารณาถึงตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic variables) อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ว่ามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งสามารถแยกพิจารณา ได้ดังนี้

1. อายุและการเปิดรับสื่อ

อายุและการศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการรับสารทางสื่อมวลชน จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนของเด็กอเมริกัน พบว่าเด็กวัยตั้งแต่ 2 ขวบจนถึงแปดขวบ ดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเมื่อวัยเพิ่มขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยเพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้วเด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น รายการบันเทิง การ์ตูน และเพลงสมัยใหม่ เด็กจะเริ่มดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆทั้งหมด และเริ่มอ่านหนังสือเองเมื่อมีอายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์

สำหรับวัยผู้ใหญ่นั้น การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือมีมากพอกัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลงเล็กน้อย อาจเนื่องมาจากสายตาเสื่อมลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์ก็กลับเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งคงเนื่องมาจากมีเวลาว่างมากขึ้น ส่วนใหญ่แล้วการใช้สื่อมวลชนของผู้สูงอายุเพื่อคลายความเหงา

สำหรับปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์นั้น ก็มีลักษณะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทำนองเดียวกัน ผู้ใหญ่ที่มีวัย 50 อ่านหนังสือพิมพ์ถึง 77% แต่เมื่อถึงอายุ 65 ปี ปริมาณก็ลดลงอย่างมาก ในหมู่วัยรุ่นและหนุ่มสาว เวลาที่ให้กับการอ่านหนังสือพิมพ์มีไม่สูงเท่ากับเวลาที่ให้กับการชมโทรทัศน์ ในยุคที่ความนิยมชมวีดีทัศน์ค่อนข้างเฟื่องฟูนี้ ตัวเลขการชมภาพยนตร์ของผู้รับสารลดลงมาก อย่างไรก็ดี นิตยสารและภาพยนตร์ก็ยังเป็นสื่อที่วัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวสนใจและเปิดรับมากกว่าวัยอื่น เนื่องจากเป็นสื่อที่ช่วยให้ผู้รับสารในวัยรุ่นสร้างความคิดและแสวงหาแบบแผนการดำเนินชีวิตได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น

สำหรับลักษณะการแบ่งวัยของคนไทยนั้น แบ่งเป็น 3 วัย ได้แก่

1. วัยเริ่มต้น วัยนี้นับตั้งแต่เกิดจนอายุครบ 25 ปี วัยนี้เป็นวัยแห่งความเจริญเติบโตทุกด้าน ทั้งทางร่างกายและสติปัญญา และเป็นวัยแห่งการเรียนรู้ สร้างทักษะและประสบการณ์ที่จำเป็นขั้นพื้นฐานของชีวิต ตั้งหน้าตั้งตาเรียน เป็นวัยที่มีอิสระ

2. วัยกลางคน เป็นวัยที่นับตั้งแต่ 26-51 ปี วัยนี้เป็นวัยแห่งการมีครอบครัว ก่อร่างสร้างตัว มีบุตร สร้างฐานะเป็นปึกแผ่น เป็นวัยที่ต้องทำงานเพื่อสร้างหลักสร้างฐานของตนเองและครอบครัวให้มั่นคง

3. วัยชรา เริ่มตั้งแต่อายุ 51 ปี บุคคลวัยนี้ส่วนมากจะมีครอบครัวแล้ว มีหลักมีฐานมีหน้าที่การงาน มีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบดูแล มีความสุขที่จะอยู่บ้านดูแลครอบครัว การเที่ยวเตร่จะน้อยลง (สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน,2526)

2 การศึกษาและการเปิดรับสื่อ

การศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการเปิดรับสาร กล่าวคือ การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับของการศึกษา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะชน และยังมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าในหมู่ผู้สูงวัยที่มีการศึกษาสูงการชมภาพยนตร์จะมีน้อยมาก กล่าวโดยสรุปคือ เมื่อคนที่มีการศึกษาในระดับสูงต้องการจะจัดสรรเวลาในการเปิดรับสื่อให้เหมาะสมโดยลดเวลาที่ให้กับสื่ออิเลคโทรนิคส์ลงมากกว่าที่จะลดเวลาที่ให้กับสื่อสิ่งพิมพ์

3. เพศและการเปิดรับสื่อ

เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยรายการที่เพศหญิงนิยม คือ รายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา

อย่างไรก็ดี เมื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารทั้งเพศชายและเพศหญิง ในขณะที่ชมโทรทัศน์แล้ว พบว่า การดูโทรทัศน์ของเพศชายนั้นมักจะเกิดขึ้นในขณะที่พักผ่อน แต่สำหรับเพศหญิงแล้วมักจะดูโทรทัศน์ไปพร้อมกับการทำงานอื่นๆ ที่ต้องใช้สมาธิและและพลังงานมากพอสมควร

4. รายได้กับการเปิดรับสื่อ

รายได้เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (socio-economic status) ของบุคคล รายได้นั้นเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกับตัวแปรด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้น มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้นตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ จึงถูกมองรวมกันไปว่าเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ที่มีรายได้สูงมักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง คนที่มีฐานะดีและการศึกษาสูง เป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

ผู้มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ารายการโทรทัศน์ซึ่งส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาด้านความบันเทิง นอกจากนี้ ตำแหน่ง หน้าที่การงานมักทำให้กลุ่มผู้รับสารกลุ่มนี้ ต้องมีกิจธุระและงานสังคมมากมาย การชมโทรทัศน์จึงมักเป็นไปได้น้อย ในขณะที่การอ่านหนังสือพิมพ์ ทำได้ง่ายกว่ามาก อาจอ่านในขณะนั่งรถไปทำงานหรืออ่านที่ทำงานในขณะพักก็ได้ และความบันเทิงของคนกลุ่มนี้อาจแสวงหาได้ง่ายจากสถานเริงรมย์โดยไม่ต้องพึ่งพาโทรทัศน์ โทรทัศน์จัดว่าเป็นสื่อที่ใช้ความพยายามน้อย (Low effort) และทักษะต่ำ (Low skills) ดังนั้นกลุ่มผู้รับสารที่มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ ซึ่งมีทักษะในการอ่านน้อย และขาดเงินที่จะไปหาความบันเทิงอื่นๆ จึงมักอาศัยเครื่องรับโทรทัศน์เป็นเครื่องช่วยให้ชีวิตประจำวันรื่นรมย์และน่าสนใจมากขึ้น

5. อาชีพกับการเปิดรับสื่อ

ตัวแปรเรื่อง อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพในสังคมนั้นมักจะเชื่อมโยงกัน โดยมีการศึกษาเป็นตัวกำหนดตัวต้น ส่วนรายได้และสถานภาพจะเป็นตัวแปรต่อเนื่องตามมา การประกอบอาชีพนั้นนอกจากจะเป็นแหล่งที่มาของรายได้แล้ว ยังเป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการใช้เวลาและสถานที่ของบุคคลอีกด้วย ผู้รับสารที่มีอาชีพแม่บ้านหรือขายของที่บ้าน ย่อมมีโอกาสใช้สื่อที่บ้าน แต่สำหรับผู้รับสารที่ออกไปทำงานนอกบ้าน สื่อที่ใช้ย่อมมีลักษณะเปลี่ยนไป

ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลและทฤษฎีกลุ่มทางสังคมในการวิเคราะห์เรื่อง การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ทฤษฎีนี้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ที่ใช้สื่อคาราโอเกะ ในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์โดยใช้ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

สมพงษ์ เกษมสิน นิยามแรงจูงใจ คือ ความพยายามที่จะแสดงออกหรือปฏิบัติตามสิ่งที่ต้องการ สิ่งจูงใจมีทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล แต่มูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคล คือ ความต้องการ

J. kogan และ E. Havemann ได้ให้ความหมายว่า แรงจูงใจหมายถึง แรงซึ่งควบคุมพฤติ-กรรมของคน อันเกิดจากความต้องการ พลังผลักดัน หรือความปรารถนา ที่จะพยายามให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของคนถูกกำหนดและควบคุมโดยการจูงใจต่างๆ การจูงใจเหล่านี้ยังแตกต่างกันไปสำหรับแต่ละคนอีกด้วย (อ้างในวลัยลักษณ์ เศขรฤทธิ์,2539)

พรรณราย ทรัพยะประภา (2529) ได้ให้ความหมายของคำว่า แรงจูงใจ ว่า เป็นเงื่อนไขหรือสภาวะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม 3 ทิศทาง ซึ่งหมายถึง เงื่อนไขหรือสภาวะที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือไปยับยั้งพฤติกรรม หรือไปกำหนดแนวทางพฤติกรรมที่จะแสดงออก

การแบ่งแรงจูงใจโดยยึดถือจากสิ่งกระตุ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivator) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตนเอง มีผลทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกไปเพราะรักหรือชอบที่จะทำอย่างนั้นจากใจจริง
- แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivator) หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับสิ่งจูงใจภายนอกตัวเรา ด้วยความมุ่งหมายที่จะให้เราทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น บริบท สถานการณ์ต่างๆ

ผลการทดลองของนักจิตวิทยาได้ข้อสรุปว่า แรงจูงใจภายนอกที่เกิดจากการให้สิ่งจูงใจต่างๆ มีผลทำให้แรงจูงใจภายในที่จะกระทำสิ่งต่างๆ ด้วยความรักและความชอบจากใจจริงลดลงไป

(สิทธิโชค วรานุสันติกูล,1972) แต่อย่างไรก็ตามสิ่งจูงใจภายนอกบางอย่างก็ทำให้แรงจูงใจภายในสูงขึ้นได้เช่นกัน ได้แก่ คำชมเชยและการยอมรับทางสังคม

Katz (1974) ได้อธิบายกระบวนการเลือกใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจว่า การที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ พฤติกรรมของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน จึงมีการเลือกใช้สื่อตามความต้องการของตนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน และความต้องการที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไปด้วย ตัวอย่างประเภทของแรงจูงใจที่จะใช้สื่อและความพึงพอใจ ทั้งที่แสวงหา (Gratification sought) และความพึงพอใจที่ได้รับจริง(Gratification gained) มีดังนี้

- การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่างๆ
- การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง
- การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง
- การหาข้อสนับสนุนมาตอกย้ำค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่
- การแสวงหาความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเอง
- เพื่อที่จะได้มีประสบการณ์ในการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนอื่นๆ
- เพื่อจะได้หาความรู้พื้นฐานในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อจะหากิจกรรมอื่นๆมาทดแทนการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมแบบ “หัวอกเดียวกัน”หรือมี “เพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุข”
- เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่น
- เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกจินตนาการ
- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อปลดเปลื้องทางอารมณ์
- เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทั้งปัจจัยที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอกในการประกอบการอธิบายถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้คาราโอเกะทั้งในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

3. **ทฤษฎีแรงขับของซาจองค์**

Zajonc (1965) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า การที่มีผู้อื่นอยู่ด้วยในสถานที่นั้นๆบางครั้งเอื้อและบางครั้งเป็นอุปสรรคต่อการกระทำของปัจเจกบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับการกระทำตามลำพัง เขาได้เสนอว่าเพียงแต่การมีผู้อื่นอยู่ด้วยในสถานที่นั้นๆก็ได้กระตุ้นให้เกิดผลตามมา นั่นคือ กลุ่มผู้ดูกระตุ้นแรงขับ แรงขับนี้มีผลต่อการหนุนการตอบสนองที่เด่น (การตอบสนองที่ง่ายและได้เรียนรู้เป็นอย่างดี) แต่เป็นอุปสรรคต่อการตอบสนองที่ไม่เด่น (การตอบสนองที่ซับซ้อนและเรียนรู้ได้ไม่ดี)

คำว่า การมีผู้อื่นอยู่ด้วยในสถานที่นั้นๆ (mere presence of other) หมายถึงอะไรก็ตามที่นอกเหนือไปจากเมื่อบุคคลไม่สามารถควบคุมตัวเสริมแรงสำหรับผู้ถูกกระทำ ไม่สามารถถูกเลียนแบบและไม่สามารถที่จะประเมินผลของการกระทำของผู้กระทำ (Markus,1978) ดังนั้น ตามทฤษฎีของ Zajonc เพียงแต่มีผู้อื่นอยู่เพียงหนึ่งคน ก็พอเพียงที่จะผลิตแรงขับซึ่งมีอิทธิพลต่อการกระทำ

คำอธิบายของการกระตุ้นของแรงขับก็คือการรื้อฟื้นทฤษฎีไดนาโมของ Triplett ซึ่งกล่าวว่าการที่มีผู้อื่นอยู่ด้วยในสถานที่นั้นๆปล่อยพลังแฝงออกมา ซึ่งเมื่อบุคคลอยู่ตามลำพังจะไม่สามารถปล่อยพลังนี้ อย่างไรก็ดี การวิเคราะห์ของ Zajonc ให้ประโยชน์มากกว่าในแง่ทฤษฎีและการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและการเรียนรู้ Zajonc ให้เหตุผลว่า การที่มีผู้อื่นอยู่ด้วยในสถานที่นั้นๆควรมีผลเช่นเดียวกันกับผลที่ได้รับจากการเพิ่มสภาวะแรงขับ ผลประการหนึ่งก็คือ การเพิ่มการตอบสนองที่เด่น

ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีแรงขับของซาจองค์เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะโดยใช้เรื่องของการมีผู้อื่นอยู่ในที่นั้นๆเป็นปัจจัยภายนอกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม และการแสดงออกของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

ความเป็นส่วนตัว (privacy) สภาพการณ์ที่มีความเป็นส่วนตัว เป็นภาวะที่เกิดจากการควบคุมตัวเองได้ โดยการเปิดเผยตัวเองมากหรือน้อยตามความต้องการของบุคคล ความเป็นส่วนตัวเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน แม้ว่าจะเป็นความต้องการขั้นมูลฐานของมนุษย์ก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า ความต้องการมูลฐานของมนุษย์ทั้ง 6 ประการที่มาสโลว์ ได้กล่าวถึง มีส่วนขึ้นอยู่กับความสามารถในการตอบสนองความต้องการภาวะเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความต้องการความปลอดภัย

พฤติกรรมมนุษย์ในชีวิตประจำวันมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการภาวะเป็นส่วนตัวเสมอ เช่น การปิดประตูห้อง การทำงานในห้องส่วนตัว การนั่งในรถยนต์ส่วนตัวที่มีกระจกติดฟิล์ม เหล่านี้ล้วนเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการภาวะส่วนตัว หรืออย่างน้อยก็สื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับความต้องการภาวะส่วนตัว คนเรามีความต้องการความเป็นส่วนตัวมากน้อยต่างกันไป เช่น เด็กจะมีความต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้นตามอายุ สังเกตได้จากการที่วัยรุ่นต้องการมีห้องส่วนตัว บางครั้งเรามีความต้องการภาวะเป็นส่วนตัวมาก ต้องการอยู่อย่างโดดเดี่ยว ไม่ต้องการการรบกวนใดๆ อาจเป็นความต้องการของบุคคลหรือกลุ่มก็ได้ เช่นความต้องการของบุคคลขณะใช้ความคิด ขณะกำลังปฏิบัติสมถวิปัสสนา แต่บางครั้งเราก็มีความต้องการภาวะเป็นส่วนตัวน้อยลง เช่น ในขณะรับประทานอาหารร่วมกับเพื่อนในร้านอาหาร ในขณะที่เดินเล่นในสวนสาธารณะ จะเห็นได้ว่าในสภาพการณ์ต่างๆกัน บุคคลมีความต้องการให้บุคคลอื่นเข้าถึงตนได้มากน้อยต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับความสนิทสนมและความจำเป็นตามสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น

เราสามารถจำแนกสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้เกณฑ์เรื่องความเป็นส่วนตัวได้ 2 ประเภท คือ

1. สภาพแวดล้อมกายภาพที่ส่งเสริมให้เกิดความเป็นส่วนตัว คือ สิ่งของต่างๆ พื้นที่และสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เป็นของส่วนบุคคล หรือที่มีผู้ใช้สอยจำนวนจำกัด ย่อมเป็นสภาพแวดล้อมที่บุคคลหรือกลุ่มสามารถควบคุมการเข้าถึงของบุคคลอื่นได้ง่าย เช่น ในรถยนต์ติดฟิล์ม ห้องทำงานส่วนตัวของผู้จัดการ ห้องนอนส่วนตัว เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อมกายภาพที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดความเป็นส่วนตัว คือ สิ่งของต่างๆ พื้นที่และสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่เป็นส่วนของสาธารณะ ที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของโดยตรงหรือที่มีผู้ใช้สอยร่วมกันจำนวนมาก เป็นสภาพแวดล้อมกายภาพที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดความเป็นส่วนตัว เพราะว่าบุคคลหรือกลุ่มไม่สามารถควบคุมการเข้าถึงของบุคคลอื่นได้ เช่น ในรถประจำทาง โต๊ะที่นั่งรวมกันในโรงอาหาร

นอกจากนี้สภาพแวดล้อมที่มีความหนาแน่นสูง บุคคลย่อมไม่อาจมีความเป็นส่วนตัวได้ เพราะการกระทำของบุคคลหนึ่ง จะก่อให้เกิดการรบกวนกับอีกฝ่ายหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

Westin (1970) ได้วิเคราะห์หน้าที่หลักของความเป็นส่วนตัวไว้ 4 ประการดังนี้

1. อิสรภาพส่วนบุคคล (Personal autonomy)
2. การปลดปล่อยทางอารมณ์ (emotional release)
3. การประเมินตัวเอง (self-evaluation)
4. การติดต่อสื่อสารในลักษณะการจำกัดและปกป้อง (limited and protected communication)

1. อิสรภาพส่วนบุคคล (Personal autonomy)

หน้าที่ประการสำคัญของความเป็นส่วนตัว ได้แก่ การทำให้บุคคลมีอิสรภาพในตัวเอง มีเอกลักษณ์ส่วนบุคคลซึ่งเป็นการทำให้บุคคลรู้สึกตัวว่าตัวเองมีค่าหรือมีตัวตน รู้ว่าตัวเองเป็นใครและควรจะสัมพันธ์กับผู้อื่นและสภาพแวดล้อมอย่างไร การที่บุคคลมีเอกภาพในอาณาเขตครอบครองหรือการมีอำนาจควบคุมสภาพแวดล้อมที่ใช้เป็นประจำ ย่อมหมายความว่า บุคคลสามารถเลือกควบคุมให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัวตามที่ต้องการได้ ความสามารถนี้ทำให้บุคคลมีความรู้สึกว่าตนมีอิสรภาพส่วนบุคคล ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลไม่อาจก่อให้เกิดภาวะเป็นส่วนตัวได้ บุคคลย่อมรู้สึกว่าตนขาดอิสรภาพส่วนบุคคล

2. การปลดปล่อยทางอารมณ์ (emotional release)

การเกิดโอกาสที่บุคคลมีภาวะเป็นส่วนตัวได้ ย่อมเป็นช่วงเวลาที่บุคคลสามารถผ่อนคลายจากหน้าที่หรือบทบาททางสังคม เมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะเป็นส่วนตัวย่อมสามารถมีพฤติกรรมที่ผิดเพี้ยนไปจากพฤติกรรมทั่วไปที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบต่างๆ เช่น อาจแต่งตัวตามสบาย ไม่ทาปาก เขียนคิ้ว พูดจาเป็นกันเองถึงขั้นหยาบคาย หรืออาจมีพฤติกรรมซึ่งโดยปกติมักหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดในที่สาธารณะต่อหน้าบุคคลอื่น

3. การประเมินตัวเอง (self-evaluation)

การมีภาวะเป็นส่วนตัวย่อมเป็นการสร้างโอกาสที่บุคคลสามารถคิดหรือตรึกตรองเกี่ยวกับตนเอง และเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับบุคคลอื่น รวมทั้งกับสภาพการณ์ต่างๆ การที่บุคคลสามารถแยกตัวเองจากบุคคลและสิ่งต่างๆภายนอก ย่อมสร้างโอกาสให้มีการประเมินตัว

เองได้สะดวกขึ้น ในการนี้ มีการประมวลประสบการณ์ที่เกิดขึ้นและมีการวางแผนการกระทำในอนาคต

4. การติดต่อสื่อสารในลักษณะการจำกัดและปกป้อง (limited and protected communication) การมีภาวะเป็นส่วนตัวยังมีหน้าที่ในการจำกัดการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำให้เกิดระยะห่างทางจิตวิทยาขึ้นเมื่อต้องการ การจำกัดการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน และมักอาศัยสภาพแวดล้อมกายภาพช่วยให้เกิดการจำกัดในการติดต่อสื่อสาร หรือในการก่อให้เกิดระยะห่างทางจิตวิทยา เช่น การที่มีห้องทำงานส่วนตัว การมีห้องนอนส่วนตัว การมีห้องพิเศษสำหรับผู้โดยสารที่เป็นบุคคลสำคัญ การมีที่เว้นว่างส่วนบุคคล ฯลฯ หน้าที่อีกประการหนึ่งของความเป็นส่วนตัวคือ การสร้างโอกาสให้บุคคล 2 คนหรือกลุ่มขนาดย่อมสามารถอยู่ด้วยกันและสามารถเก็บความลับร่วมกันได้ เช่น ระหว่างกลุ่มผู้บริหารในการประชุมลับ ระหว่างสามีภรรยาในการพูดจาเรื่องระหว่างกัน ระหว่างสายลับในการส่งข่าวสาร ฯลฯ หน้าที่ดังกล่าวนี้เป็นการปกป้องการติดต่อสัมพันธ์กันที่เกิดขึ้นไม่ให้มีการล่วงล้ำจากบุคคลอื่น หรือไม่ให้มีการรั่วไหลสิ่งที่ติดต่อสื่อสารกันออกสู่ภายนอกกลุ่ม

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นแนวคิดที่ถูกเสนอขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 1963 โดย William Lazer โดยให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตเอาไว้ว่า เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีการใช้ชีวิตที่ต่างกัน โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม

Assael (1995) ได้นิยาม “รูปแบบการดำเนินชีวิต” ว่าเป็นลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึง การใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร มีการให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัวและความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบข้าง ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือ ลักษณะทางจิตวิทยานั่นเอง

กาญจนา แก้วเทพ (2540) กล่าวว่า “วิถีชีวิต” เป็นตัวแปรที่ได้จัดแบ่งประเภทของบุคคลโดยใช้เกณฑ์เรื่อง รสนิยม และความชื่นชอบในการเลือกใช้ชีวิตของบุคคล แนวคิดเรื่อง “วิถีชีวิต” เริ่มต้นด้วยการพิจารณากิจกรรมในชีวิตประจำวันของบุคคล ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 2 กิจกรรมหลักๆ คือ กิจกรรมการทำงาน และกิจกรรมการพักผ่อน โดย Reynold and Darden (Jame F. Eagle,1993) ได้ให้คำจำกัดความของ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ไว้ว่า

กิจกรรม หมายถึง การแสดงออกอย่างชัดเจน เช่น การซื้อเสื้อผ้า หรือการพูดคุยกับเพื่อนบ้าน ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านี้สามารถสังเกตเห็นได้ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำได้โดยตรง

ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับของความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

ความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Plummer (1974) ได้จำแนกตัวแปรย่อยในการพิจารณา กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ไว้ดังนี้

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinion)
การงาน	ครอบครัว	เกี่ยวกับตัวเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ประเด็นทางสังคม
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง
การใช้เวลาว่าง	ชุมชน	ธุรกิจ
การพักผ่อน	สันทนาการ	เศรษฐกิจ
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
กิจกรรมในชุมชน	อาหาร	สินค้าและบริการ
เลือกซื้อเสื้อผ้า	สื่อต่างๆ	อนาคต
กีฬา	การประสบความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทิพย์ธิดา เภกะนันทน์ (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ" โดยทำการศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่นว่ามีความสัมพันธ์กับลักษณะอัตลักษณ์ของเขาในแง่ของการรักษา ตอกย้ำ หรือการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 16 คนด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลเทคนิค และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกควบคู่กับวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้ง 3 กลุ่ม มีการใช้ประโยชน์จากสื่อคาราโอเกะเพื่อความบันเทิง เพื่อการบูรณาการและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและเพื่อสนับสนุนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์กลุ่ม โดยการใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการรักษา และการตอกย้ำอัตลักษณ์ในด้านต่างๆของเขาซึ่งได้แก่ อัตลักษณ์ด้านภูมิลำเนา อัตลักษณ์ด้านชนชั้นทางสังคมและฐานะทางเศรษฐกิจ และอัตลักษณ์ด้านเพศ

กัณฑิมา พิมพ์บรรเลง (2539) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้ที่นิยมเที่ยวสถานบริการคาราโอเกะในกรุงเทพมหานคร" โดยทำการศึกษาถึงสื่อและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการคาราโอเกะ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจและสังคม กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของสถานบริการคาราโอเกะ รวมถึงทัศนคติของลูกค้าและลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นิยมไปใช้บริการสถานบริการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในขณะที่ไปใช้บริการที่สุ่มเลือกมาศึกษาจำนวน 200 คน ด้วยการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าไคสแควร์ ค่าสหสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลโดยเฉพาะเพื่อน หรือคนรู้จักแนะนำ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการคาราโอเกะมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน ส่วนพฤติกรรมของการใช้บริการคาราโอเกะมีความสัมพันธ์กับความต้องการที่จะสร้างมิตรภาพกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ส่วนในเรื่องความพึงพอใจในบริการของสถานบริการ พบว่า สถานที่จอดรถมีความสำคัญมากที่สุด ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการที่ได้รับจากสถานบริการและการรับรู้เกี่ยวกับคาราโอเกะ และการมีปฏิสัมพันธ์กันในสถานบริการคาราโอเกะ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นไปในทางที่ดีขึ้น

ROBERT STEBBINS (1992) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การยอมรับบทบาทของมือสมัครเล่น” โดย Robert ต้องการจะศึกษาว่าลูกค้าของร้านคาราโอเกะมาเป็นนักร้องประจำคาราโอเกะได้อย่างไร เพื่อที่จะเข้าใจกิจกรรมของมือสมัครเล่นในปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยภาคสนาม โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากคาราโอเกะ 14 แห่งจาก 40 แห่งในเมืองฟิลาเดอเฟีย ตั้งแต่ปลายปี 1991 ถึงต้นปี 1992 ซึ่งเป็นช่วงที่คาราโอเกะในเมืองฟิลาเดอเฟียและเมืองใกล้เคียงกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ข้อมูลที่ Robert ทำการบันทึกเกี่ยวกับนักร้องคาราโอเกะได้แก่ เพศ เชื้อชาติ (พื้นเพ) อายุ โดยเฉลี่ย เพลงที่เลือก รวมทั้งรายละเอียดต่างๆขณะแสดง ไม่ว่าจะเป็นเสียง การเคลื่อนไหว การแสดงออกทางสีหน้าและการใช้อุปกรณ์อื่นๆในการร่วมแสดง นอกจากนี้ยังมีการบันทึกปฏิกิริยาของผู้ชม ทั้งก่อนและหลังการแสดง รวมทั้งมีการสัมภาษณ์ผู้แสดง 2-3 คน ต่อการเก็บข้อมูลในแต่ละคืน โดยใช้คำถามสั้นๆเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ผ่านมาในฐานะผู้แสดงและการชักนำ การกระทำระหว่างแสดง รวมถึงการสัมภาษณ์พิธีกรบนเวทีที่ทำหน้าที่แนะนำผู้ที่จะขึ้นไปร้องคาราโอเกะบนเวที และบาร์เทนเดอร์ด้วยในฐานะที่เป็นผู้ที่ร่วมอยู่ในสถานที่และสุดท้ายผู้วิจัยได้ลองขึ้นไปร้องคาราโอเกะบนเวทีเองด้วย

ผลการวิจัยพบว่า การที่ลูกค้าตัดสินใจที่จะขึ้นไปร้องคาราโอเกะบนเวทีนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการร้องเพลงและการมีอยู่ของผู้ฟังที่ผู้ร้องคาราโอเกะในขณะนั้นรู้จักสนิทสนม (Significant other) และการขึ้นร้องคาราโอเกะนั้น มักจะเป็นไปในรูปแบบที่กระทำร่วมกันทั้งกลุ่ม ซึ่งสมาชิกภายในกลุ่มจะคอยช่วยเหลือกัน แต่ก็จะมีบางกรณีที่สมาชิกคนใดคนหนึ่งของกลุ่มขึ้นร้องคนเดียวซึ่งก็จะเป็นในกรณีที่เป็นมติของกลุ่มและทางกลุ่มเรียกร้อง ผู้วิจัยพบว่า ตราบใดที่ปัจเจกบุคคลยังให้ความสนใจกับการมีอยู่ของกลุ่มที่เขารู้จัก และยังคงคอยระวังเกี่ยวกับการแสดงออกเพื่อไม่ให้การแสดงออกดังกล่าวเกินความคาดหวังของกลุ่ม ผู้ร้องคาราโอเกะก็จะไม่สามารถพัฒนาการร้องและการแสดงออกบนเวทีของตนเองได้ เพราะฉะนั้นกลุ่มควรจะมีการยอมให้สมาชิกได้แสดงออกซึ่งความสามารถอย่างเต็มที่

นันทยา คงประพันธ์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” โดยทำการศึกษาถึง พฤติกรรมและสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่น และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นตามตัวแปรเพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เงินค่าใช้จ่ายที่วัยรุ่นได้รับต่อสัปดาห์ เจตคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ สภาพครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว อาชีพของบิดามารดา ขนาดของครอบครัว บรรยากาศในครอบครัวและภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา และโรงเรียนสังกัด

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน และวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1-3 โรงเรียนสังกัดกรมอาชีวศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2542 จำนวน 900 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมและสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ แบบสอบถามบรรยากาศในครอบครัว และแบบสอบถามเจตคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมเที่ยวสถานเริงรมย์ประเภทผับมากที่สุด โดยเที่ยวในช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น. ไปเที่ยวโดยเฉลี่ยเดือนละครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวสถานเริงรมย์โดยเฉลี่ยต่อครั้งสูงกว่า 500 บาท ใช้เวลาในการเที่ยวสถานเริงรมย์แต่ละครั้ง 2-4 ชั่วโมง เมื่ออยู่ในสถานเริงรมย์วัยรุ่นมีพฤติกรรมในการฟังเพลงมากที่สุด วัยรุ่นเลือกเที่ยวสถานเริงรมย์กับเพื่อนสนิทมากที่สุด โดยเที่ยวสถานเริงรมย์ในวันศุกร์ – วันเสาร์ ส่วนใหญ่ใช้เงินในการเที่ยวมาจากเงินเดือนประจำที่ได้รับจากผู้ปกครอง และวัยรุ่นรู้จักสถานเริงรมย์จากเพื่อนมากที่สุด สาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นที่มีสาเหตุมาจากด้านครอบครัวอยู่ในระดับน้อย ส่วนสาเหตุที่มาจากด้านตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมและสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นจำแนกตามเพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เงินค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อสัปดาห์ เจตคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ สภาพครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ขนาดของครอบครัว บรรยากาศในครอบครัว และภูมิลำเนา

หากเปรียบเทียบพฤติกรรมการเที่ยวสถานเริงรมย์ตามลักษณะของสถานเริงรมย์ (ดิสโก เทค คอฟฟี่ช็อป คาราโอเกะ ผับ) พบว่า วัยรุ่นที่มี เพศ เงินค่าใช้จ่ายที่วัยรุ่นได้รับต่อสัปดาห์ เจตคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ต่างกัน มีพฤติกรรมการเที่ยวสถานเริงรมย์แต่ละลักษณะแตกต่างกัน ส่วนวัยรุ่นที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สภาพครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ขนาดของครอบครัว บรรยากาศในครอบครัว ภูมิลำเนา ต่างกัน มีพฤติกรรมการเที่ยวสถานเริงรมย์แต่ละลักษณะไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศต่างกัน เงินค่าใช้จ่ายที่วัยรุ่นได้รับต่อสัปดาห์ เจตคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ บรรยากาศในครอบครัวต่างกัน มีสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์แตกต่างกัน ส่วนวัยรุ่นที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สภาพครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ขนาดของครอบครัว และภูมิลำเนา ต่างกัน มีสาเหตุของการเที่ยวสถานเริงรมย์ไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยทางการตลาดของ สมาคมผู้บริหารกิจการคาราโอเกะของญี่ปุ่น (All Japan Association of Karaoke Entrepreneurs : Zenkoku Karaoke Jigyosha Kyokai) หรือ ZKJK ในปี 1996 กล่าวถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะของกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะ 3 กลุ่ม ในประเทศญี่ปุ่น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา นิยมใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ โดยผู้ใช้บริการเหล่านี้จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน หลังจากงานโรงเรียน หรือแม้กระทั่งหลังสอบเสร็จ เนื่องจากตู้คาราโอเกะบ็อกส์นั้นหาได้ง่าย เพราะมีตั้งอยู่ทั่วไปทุกที่ โดยเฉพาะตามถนนสายหลักๆของเมือง ผู้ประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์จะลดราคาให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน เพียงแค่ผู้ใช้บริการแสดงบัตรประจำตัวนักเรียนที่บริเวณทางเข้า นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ของผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียนนั้น หลังจากที่พวกเขาเข้าไปในตู้คาราโอเกะบ็อกส์แล้ว พวกเขาก็จะเลือกเพลงที่เป็นที่นิยมและเป็นที่ชื่นชอบ และพวกเขาก็จะทั้งร้องและเต้นไปเรื่อยๆโดยไม่มีการหยุดพัก

สำหรับผู้ใช้บริการที่ศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยนั้น จะนิยมคาราโอเกะ 2 รูปแบบ คือทั้งคาราโอเกะบ็อกส์และคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว โดยช่วงเวลาในการไปคาราโอเกะ คือ ช่วงเวลาหลังเลิกเรียน หรือหลังงานเลี้ยงสังสรรค์ และเพื่อที่จะไม่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูง พวกเขาจะสมัครเป็นสมาชิกของสถานประกอบการคาราโอเกะนั้นๆเลย สำหรับพฤติกรรมในการใช้บริการคาราโอเกะของผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยก็มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้ใช้บริการที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษา พวกเขาจะร้องเพลงโดยไม่มีการหยุดพักและอาจจะตัดเพลงในช่วงที่เป็นดนตรีออกไปเพื่อที่จะได้ร้องเพลงอย่างคุ้มค่า และถึงแม้ว่าในระหว่างที่เพื่อนที่ไปด้วยร้องเพลงอยู่ พวกเขาจะพูดคุยกันและเลือกเพลงที่จะร้องต่อไป แต่พวกเขาก็ยังให้ความสนใจกับการร้องเพลงของเพื่อนคนดังกล่าวด้วย

ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่อยู่ในวัยกลางคนหรือวัยทำงานนั้น นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผู้ที่อยู่ในวัยทำงานเหล่านี้จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงตอนเย็นหลังเลิกงานกับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เพื่อคลายความตึงเครียด โดยกิจกรรมที่ทำขณะใช้บริการคาราโอเกะคือ การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และการร้องเพลง และถึงแม้ว่าภายในห้องคาราโอเกะแบบรวมจะมีผู้ใช้บริการกลุ่มอื่นๆด้วย แต่ขณะที่ผู้ใช้บริการกลุ่มหนึ่งร้องเพลงอยู่ ผู้ใช้บริการอีกกลุ่มก็มักจะไม่ได้ให้สนใจ หรือตั้งใจฟังเท่าใดนัก นอกจากนี้การที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแต่ละกลุ่มหรือแต่ละคนจะพยายามทำความรู้จักกันภายในสถานประกอบการคาราโอเกะนั้น มีน้อยมากหรือแทบจะไม่ปรากฏให้เห็นเลย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวมรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionairs) โดยใช้การสัมภาษณ์ตัวต่อตัว

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดโดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จของ Yamane (อ้างในปาริชาติ สถาปิตานนท์,2545) โดยคิดจากจำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน และกำหนดความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ความผิดพลาดไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยจะทำการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน จากแหล่งชุมชนต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า สนามหลวง ป้ายรถเมล์บริเวณอนุเสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สีลมคอมเพล็กซ์ สถานีรถไฟฟ้าหมอชิต เมืองทองธานี โดยในการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น จะเฉลี่ยให้มีคนทุกเพศทุกวัยในจำนวนใกล้เคียงกัน

2. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้คาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเป็นการถามถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการใช้คาราโอเกะใน 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบห้องรวม รูปแบบห้องส่วนตัว และรูปแบบคาราโอเกะบ็อกส์

3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปรากฏการณ์แบบภาคตัดขวาง (cross sectional study) โดยอาศัยข้อสันนิษฐานว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวมีความเหมือนกันในทุกช่วงเวลา ดังนั้นไม่ว่าจะเก็บข้อมูลในช่วงเวลาใด จะให้ผลที่ไม่แตกต่างกัน โดยจะทำการเก็บข้อมูลในช่วง เดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม 2546

4. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นมาทดสอบความน่าเชื่อถือ และนำผลการทดสอบมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม ก่อนจะนำไปเก็บข้อมูลจริง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) แล้วประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สถิติการวิเคราะห์แบบร้อยละ

6. การนำเสนอผลการวิจัย

ในการนำเสนอข้อมูล และสรุปผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลโดยตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Crosstabulation Tables) และบรรยายข้อมูลเชิงพรรณนา

โดยผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 บท ดังนี้

บทที่ 4 คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะ

บทที่ 5 พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะ

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

คุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะ

การวิจัยเรื่อง “การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีรูปแบบเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะ จากแหล่งชุมชนต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า สนามหลวง ป้ายรถเมล์บริเวณอนุเสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สีลมคอมเพล็กซ์ สถานีรถไฟฟ้าหมอชิต เมืองทองธานี รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยผู้วิจัยพยายามเฉลี่ยให้จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความใกล้เคียงกัน และเฉลี่ยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละช่วงอายุมีจำนวนใกล้เคียงกันด้วย จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า มีผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านเพศ คุณลักษณะด้านอายุ คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา คุณลักษณะด้านอาชีพ คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส

1. คุณลักษณะด้านเพศ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ดังนี้

ตารางที่ 1 คุณลักษณะด้านเพศ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

คุณลักษณะด้านเพศ	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ (N=400)	
	จำนวน	%
ชาย	196	49.0
หญิง	204	51.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51

โดยสามารถแบ่งจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะในแต่ละรูปแบบตามคุณลักษณะด้านเพศ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 คุณลักษณะด้านเพศ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านเพศ	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ชาย	69	70.4	98	46.7	29	31.5
หญิง	29	29.6	112	53.3	63	68.5
รวม	98	100	210	100	92	100

จากจำนวนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมทั้งหมด พบว่า ผู้ใช้บริการร้อยละ 70.4 เป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชาย และอีกร้อยละ 29.6 เป็นเพศหญิง ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว มีจำนวนผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 46.7 เป็นเพศชาย และร้อยละ 53.3 เป็นเพศหญิง สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ พบว่ามีจำนวนผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 68.5 และมีผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย ร้อยละ 31.5

2. **คุณลักษณะด้านอายุ**

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สามารถแบ่งตามคุณลักษณะด้านอายุ ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 คุณลักษณะด้านอายุ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

คุณลักษณะด้านอายุ	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ (N=400)	
	จำนวน	%
อายุต่ำกว่า16 ปี	82	20.5
อายุ 16-25 ปี	81	20.2
อายุ 26-35 ปี	85	21.3
อายุ 36-45 ปี	77	19.2
อายุ 46 ปีขึ้นไป	75	18.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่า 16 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ,อายุ 16-25 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 ,อายุ 26-35 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ,อายุ 36-45 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเมื่อแบ่งจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะออกตามรูปแบบที่เลือกใช้ทั้ง 3 รูปแบบ คือ คาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ จะแบ่งได้ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 คุณลักษณะด้านอายุ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านอายุ	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
อายุต่ำกว่า16 ปี	10	10.2	27	12.9	45	48.9
อายุ 16-25 ปี	12	12.2	35	16.7	34	37.0
อายุ 26-35 ปี	13	13.3	66	31.4	6	6.5
อายุ 36-45 ปี	30	30.6	42	20.0	5	5.4
อายุ 46 ปีขึ้นไป	33	33.7	40	19.0	2	2.2
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 และผู้ที่อายุ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า กว่าร้อยละ 60 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ที่มีอายุต่ำกว่า 36 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น มีจำนวนมากที่สุดในช่วงอายุ 26-35 ปี ซึ่งมีจำนวน 66 คนหรือร้อยละ 31.4 สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่จะมีอายุต่ำกว่า 25 ปี โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ที่อายุ ต่ำกว่า 16 ปี จำนวน 45 คน หรือร้อยละ 48.9 และเป็นผู้ที่มีอายุ 16-25 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ กว่าร้อยละ 80 นั้นเป็นผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่มีอายุมากกว่า 25 ปี มีเพียง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1

เมื่อพิจารณาคุณลักษณะด้านเพศร่วมกับคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ โดยแบ่งเป็น ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 คุณลักษณะด้านเพศและช่วงอายุ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านอายุ	คาราโอเกะห้องรวม				คาราโอเกะห้องส่วนตัว				คาราโอเกะบ็อกส์				รวม			
	ชาย (69)		หญิง (29)		ชาย (98)		หญิง (112)		ชาย (29)		หญิง (63)		ชาย (196)		หญิง (204)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า16 ปี	10	14.5	-	-	18	18.4	9	8.0	12	41.4	33	52.4	40	20.4	42	20.6
16-25 ปี	6	8.7	6	20.7	21	21.4	14	12.5	11	37.9	23	36.5	38	19.4	43	21.1
26-35 ปี	13	18.8	-	-	25	25.5	41	36.6	3	10.3	3	4.8	41	20.9	44	21.6
36-45 ปี	21	30.4	9	31.0	18	18.4	24	21.4	1	3.4	4	6.3	40	20.4	37	18.1
46 ปีขึ้นไป	19	27.5	14	48.3	16	16.3	24	21.4	2	6.9	-	-	37	18.9	38	18.6
รวม	69	100	29	100	98	100	112	100	29	100	63	100	196	100	204	100

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. **คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา**

เมื่อจำแนกผู้ใช้บริการคาราโอเกะออกตามคุณลักษณะด้านระดับการศึกษา จะได้ดังตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ (N=400)	
	จำนวน	%
ประถมศึกษา	2	0.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	85	21.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	46	11.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	22	5.5
ปริญญาตรี	176	44.0
สูงกว่าปริญญาตรี	69	17.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 44 (จำนวน 176 คน จาก 400 คน) ศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ผู้ที่ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 21.3 สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ17.2 มัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ11.5 อนุปริญญาหรือเทียบเท่าร้อยละ 5.5 และผู้ที่ศึกษาระดับประถมศึกษาร้อยละ 0.5 เมื่อแบ่งคุณลักษณะด้านระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ ออกตามการใช้คาราโอเกะแต่ละรูปแบบ จะได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ประถมศึกษา	1	1.0	-	-	1	1.1
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	15.3	27	12.8	43	46.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	11	11.2	9	4.3	26	28.3
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	14	14.3	6	2.9	2	2.2
ปริญญาตรี	47	48.0	111	52.9	18	19.5
สูงกว่าปริญญาตรี	10	10.2	57	27.1	2	2.2
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 7 จะพบว่า ร้อยละ 52.9 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว (จำนวน 111 คน จาก 210 คน) และร้อยละ 48 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม (จำนวน 47 คน จาก 98 คน) เป็นผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 46.7 (จำนวน 43 คน จาก 92 คน) และ 28.3 (จำนวน 26 คน จาก 92 คน) ตามลำดับ

4. คุณลักษณะด้านอาชีพ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน สามารถจำแนกตามคุณลักษณะด้านอาชีพ ได้ดังนี้

ตารางที่ 8 คุณลักษณะด้านอาชีพ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

คุณลักษณะด้านอาชีพ	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ (N=400)	
	จำนวน	%
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	164	41.0
ข้าราชการและพนักงาน-รัฐวิสาหกิจ	136	34.0
พนักงานบริษัท	38	9.5
ธุรกิจส่วนตัว	29	7.2
อื่นๆ	33	8.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่า คุณลักษณะด้านอาชีพของผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 164 คนคิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ประกอบอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ จำนวน 136 คนคิดเป็นร้อยละ 34.0 พนักงานบริษัท 38 คนคิดเป็นร้อยละ 9.5 อาชีพอื่นๆ อันได้แก่ อาชีพรับจ้าง แม่บ้าน ข้าราชการเกษียณและผู้ว่างงาน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว 29 คน ร้อยละ 7.2 โดยสามารถแบ่งคุณลักษณะด้านอาชีพของผู้ใช้คาราโอเกะออกตามรูปแบบของคาราโอเกะที่เลือกใช้ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 คุณลักษณะด้านอาชีพ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านอาชีพ	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	18	18.4	74	35.2	72	78.2
ข้าราชการและพนักงาน-รัฐวิสาหกิจ	44	44.9	82	39.1	10	10.9
พนักงานบริษัท	11	11.2	25	11.9	2	2.2
ธุรกิจส่วนตัว	11	11.2	15	7.1	3	3.3
อื่นๆ	14	14.3	14	6.7	5	5.4
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ถึงร้อยละ 78.2 เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา (จำนวน 72 คน จาก 92 คน) รองลงมาคือผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 82 คน หรือร้อยละ 39.1 และมีผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

จากตารางที่ 9 จึงพอจะสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว ซึ่งมีจำนวนถึง 66 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 67.3 และเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา เพียง 18 คน หรือร้อยละ 18.4 ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ที่ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษาถึง 72 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 78.2 และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว เพียง 15 คน หรือร้อยละ 16.4 เท่านั้น สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว มีจำนวนของผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพแล้วมากกว่าจำนวนของผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 64.8 และร้อยละ 35.2 ตามลำดับ

4. คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะจำนวน 400 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

ตารางที่ 10 คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ (N=400)	
	จำนวน	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	122	30.5
5,000-10,000 บาท	104	26.0
10,001-15,000 บาท	54	13.5
15,001-20,000 บาท	37	9.3
20,000 บาทขึ้นไป	83	20.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีร้อยละ 30.5 รายได้ 5,000-10,000 บาทร้อยละ 26.0 ,รายได้ 10,001-15,000 บาทร้อยละ 13.5 ,รายได้ 15,001-20,000 บาทร้อยละ9.3 และเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 20.8 ตัวเลขดังกล่าวทำให้พอจะสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเกือบร้อยละ 70 (ร้อยละ 69.6) เป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป และเมื่อแบ่งคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะออกตามรูปแบบของคาราโอเกะที่ใช้ จะได้ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	18	18.4	37	17.6	67	72.8
5,000-10,000 บาท	30	30.6	54	25.7	20	21.7
10,001-15,000 บาท	16	16.3	37	17.6	1	1.1
15,001-20,000 บาท	10	10.2	26	12.4	1	1.1
20,000 บาท ขึ้นไป	24	24.5	56	26.7	3	3.3
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทถึงร้อยละ 72.8 โดยมีผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท เพียงร้อยละ 27.2 ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้น ครึ่งหนึ่งจะเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนอีกครึ่งหนึ่งจะเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท แต่จะพบว่ามีจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมซึ่งมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทมากที่สุดถึงร้อยละ 30.6 ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเกือบร้อยละ 60 เป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนร่วมกับที่มาของรายได้ จะได้ดังตารางที่ 12,13 และ14

ตารางที่ 12 คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและที่มาของรายได้ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

รายได้ต่อเดือน	ที่มาของรายได้ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)							
	ผู้ปกครอง (20)		หารายได้เอง(76)		คู่สมรส (3)		อื่นๆ (4)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	15	75.0	4	5.3	-	-	1	25.0
5,000-10,000 บาท	5	25.0	26	34.2	-	-	-	-
10,001-15,000 บาท	-		16	21.1	1	33.3	-	-
15,001-20,000 บาท	-		9	11.8	-	-	1	25.0
20,000 บาท ขึ้นไป	-		21	27.6	2	66.7	2	50.0
รวม	20	100	76	100	3	100	4	100

ตารางที่ 13 คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและที่มาของรายได้ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

รายได้ต่อเดือน	ที่มาของรายได้ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)							
	ผู้ปกครอง (65)		หารายได้เอง(151)		คู่สมรส (9)		อื่นๆ	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	35	53.8	3	2.0	-	-	-	-
5,000-10,000 บาท	13	20.0	47	31.1	1	11.1	-	-
10,001-15,000 บาท	3	4.6	36	23.8	-	-	-	-
15,001-20,000 บาท	8	12.3	19	12.6	2	22.2	-	-
20,000 บาท ขึ้นไป	6	9.2	46	30.5	6	66.7	-	-
รวม	65	100	151	100	9	100	-	-

จากตารางที่ 12 จะพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมซึ่งส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน เป็นรายได้ที่ได้จากการหามาด้วยตัวเอง และจากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท ก็เป็นรายได้ที่หามาด้วยตนเองเช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ตารางที่14คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและที่มาของรายได้ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

รายได้ต่อเดือน	ที่มาของรายได้ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)							
	ผู้ปกครอง (73)		หารายได้เอง(24)		คู่สมรส		อื่นๆ	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 5,000 บาท	64	87.7	6	25.0	-	-	-	-
5,000-10,000 บาท	9	12.3	13	54.1	-	-	-	-
10,001-15,000 บาท	-	-	1	4.2	-	-	-	-
15,001-20,000 บาท	-	-	1	4.2	-	-	-	-
20,000 บาท ขึ้นไป	-	-	3	12.5	-	-	-	-
รวม	73	100	24	100	-	-	-	-

จากตารางที่ 14 สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น พบว่า มีลักษณะแตกต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 2 แบบที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (จากตารางที่ 11) ถึงร้อยละ87.7 เป็นรายได้ที่ได้มาจากผู้ปกครอง (จำนวน 64 คน จาก 92 คน)

6. **คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส**

เมื่อจำแนกคุณลักษณะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะตามสถานภาพสมรส จะได้ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ (N=400)	
	จำนวน	%
โสด	302	75.5
แต่งงาน	91	22.8
อื่นๆ	6	1.5
ไม่ระบุ	1	0.2
รวม	400	100

คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่ร้อยละ 75.5 (จำนวน 302 คน จาก 400 คน) เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด ส่วนผู้ที่แต่งงานแล้วที่ใช้บริการคาราโอเกะคิดเป็นร้อยละ22.8 และเมื่อทำการแบ่งสถานภาพของผู้ใช้คาราโอเกะออกตามรูปแบบของคาราโอเกะที่เลือกใช้ จะได้ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
โสด	58	59.2	157	74.8	87	94.6
แต่งงาน	37	37.8	50	23.8	4	4.3
อื่นๆ	3	3.0	2	1.0	1	1.1
ไม่ระบุ	-	-	1	0.4	-	-
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ที่ใช้คาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 94.6 เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด (จำนวน 87 คน จาก 92 คน) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้คาราโอเกะห้องรวมและห้องส่วนตัวส่วนใหญ่ ก็เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดเช่นกันจากผลการวิจัยซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ซึ่งได้ทำการสำรวจ “พฤติกรรมการเที่ยวคาราโอเกะของคนเมืองหลวง" (2541) พบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด ถึงร้อยละ 59.2 และเป็นผู้ที่สมรสแล้ว ร้อยละ 37.2 ส่วนผู้ที่เป็นม่ายหรือหย่าแล้ว มีร้อยละ 3.6 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกัณฑิมา พิมพ์บรรเลง (2539) เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้นิยมเที่ยวสถานประกอบการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการคาราโอเกะในสถานประกอบการคาราโอเกะเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดถึงร้อยละ 64

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถที่จะสรุปคุณลักษณะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะโดยแบ่งตามรูปแบบของคาราโอเกะที่เลือกใช้ ได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงถึงกว่า 2 เท่า และร้อยละ 65 เป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 36 ปีขึ้นไป ส่วนอีกร้อยละ 35 เป็นผู้ที่อายุต่ำกว่า 36 ปี ด้านระดับการศึกษาพบว่าในจำนวนของผู้ใช้บริการคารา

โอเกะแบบห้องรวมทั้งหมด มีจำนวนเกือบครึ่งที่เป็นผู้ที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้วโดยพบว่ามีจำนวนของผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท และเป็นรายได้ที่หาด้วยตนเอง นอกจากนี้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเกินกว่าครึ่งอยู่ในสถานภาพโสด

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมีจำนวนเพศชายและเพศหญิงที่ใกล้เคียงกัน โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการเพศหญิงมากกว่าเพศชายเพียงเล็กน้อย ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้นจะมีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีจำนวนของผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักเรียน นิสิต นักศึกษา ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่ จะเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไปและเป็นรายได้ที่หามาด้วยตนเอง นอกจากนี้ผู้ใช้บริการเกินกว่าครึ่งอยู่ในสถานภาพโสดเช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายถึงกว่า 2 เท่า และกว่าร้อยละ 80 เป็นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ด้านระดับการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เกือบร้อยละ 80 เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา โดยในจำนวนนี้ พบว่าเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น รองลงมาคือ ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและศึกษาในระดับปริญญาตรี ตามลำดับ กว่าร้อยละ 70 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท โดยรายได้ส่วนใหญ่เป็นรายได้ที่มาจากผู้ปกครอง นอกจากนี้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์จำนวนมากอยู่ในสถานภาพโสด เช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะอีก 2 รูปแบบ

คุณลักษณะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ มีทั้งคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกัน และคุณลักษณะที่เหมือนกัน คุณลักษณะที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ คุณลักษณะด้านเพศ ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงนิยมใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ การที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อาจเนื่องมาจากสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่ เอื้อต่อการเข้าไปใช้บริการของผู้ใช้บริการเพศชายมากกว่า เช่น สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่มีพนักงานหญิงไว้คอยบริการเป็นเพื่อนช่วยร้องเพลง นอกจากคุณลักษณะด้านเพศที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ มีความ

แตกต่างกันแล้ว ยังมีคุณลักษณะด้านอายุ คุณลักษณะด้านระดับการศึกษา คุณลักษณะด้านอาชีพ และคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนคุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ มีความเหมือนกัน คือ คุณลักษณะด้านสถานภาพสมรส โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ผลการวิจัยดังกล่าว ใกล้เคียงกับงานวิจัยทางการตลาดของ สมาคมผู้บริหารกิจการคาราโอเกะของญี่ปุ่น (All Japan Association of Karaoke Entrepreneurs : Zenkoku Karaoke Jigyosha Kyokai) หรือ ZKJK ในปี 1996 ที่กล่าวถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะของกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะ 3 กลุ่ม ในประเทศญี่ปุ่น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา นิยมใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ โดยผู้ใช้บริการเหล่านี้จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน สำหรับผู้ใช้บริการที่ศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยนั้น จะนิยมคาราโอเกะ2รูปแบบ คือทั้งคาราโอเกะบ็อกส์และคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว โดยช่วงเวลาในการไปคาราโอเกะ คือ ช่วงเวลาหลังเลิกเรียน หรือหลังงานเลี้ยงสังสรรค์ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่อยู่ในวัยกลางคนหรือวัยทำงานนั้น นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผู้ที่อยู่ในวัยทำงานเหล่านี้จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงตอนเย็นหลังเลิกงานกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานเพื่อคลายความตึงเครียด .

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะ

การวิจัยเรื่อง "การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์" ในเบื้องต้น พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะคนหนึ่งๆ มีการเลือกใช้คาราโอเกะหลายรูปแบบ นั่นคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบางคนอาจเคยใช้บริการคาราโอเกะเพียงรูปแบบเดียว ในขณะที่อีกหลายๆคนเคยใช้บริการคาราโอเกะสองถึงสามรูปแบบ แต่ทั้งนี้อาจมีความแตกต่างที่จำนวนครั้งหรือความบ่อยครั้งของการไปใช้คาราโอเกะแต่ละรูปแบบ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะ เฉพาะรูปแบบของคาราโอเกะที่ผู้ใช้บริการแต่ละคน ไปใช้บริการบ่อยที่สุด

โดยพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา คือ การเลือกรูปแบบคาราโอเกะ สถานประกอบการคาราโอเกะ ช่วงเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะ ความถี่และระยะเวลา เพลง ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะ ค่าใช้-จ่าย รวมทั้งข้อดีและข้อเสียของคาราโอเกะแต่ละรูปแบบ

1. การเลือกรูปแบบคาราโอเกะ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า มีผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 สำหรับปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะตัดสินใจเลือกใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบที่แตกต่างกันมีดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม (N=365)	
	จำนวน	%
ค่าใช้จ่าย	68	18.6
ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	66	18.1
ระยะเวลาในการร้อง	53	14.5
ความต้องการแสดงออก	46	12.6
ขนาดของห้อง	34	9.3
จำนวนผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ	33	9.1
ต้องการความเป็นส่วนตัว	27	7.4
ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	22	6.0
อื่นๆ	16	4.4
รวม	365	100

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมคำนึงถึงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ18.6 รองลงมาคือ ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ คิดเป็นร้อยละ 18.1 ส่วนปัจจัยเรื่องระยะเวลาในการร้อง ความต้องการแสดงออก ขนาดของห้อง และจำนวนของผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมคำนึงถึงเป็นอันดับรองลงมา ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมคำนึงถึงน้อยที่สุด คือ ความต้องการทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น และความเป็นส่วนตัว สำหรับปัจจัยอื่นๆที่น่าสนใจที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกใช้บริกาารคาราโอเกะในห้องรวม คือ ต้องการฟังผู้ใช้บริการท่านอื่นร้องเพลงและต้องการความสนุกสนาน อันเนื่องมาจากการที่มีผู้ใช้บริการท่านอื่นร่วมร้องเพลงด้วย

ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมีปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=945)	
	จำนวน	%
ต้องการความเป็นส่วนตัว	195	20.6
ระยะเวลาในการร้อง	155	16.4
ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	142	15.0
ค่าใช้จ่าย	116	12.3
ขนาดของห้อง	112	11.9
จำนวนผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ	104	11.0
ความต้องการแสดงออก	101	10.7
ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	10	1.1
อื่นๆ	10	1.1
รวม	945	100

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น คำนึงถึงปัจจัยเรื่องความเป็นส่วนตัวมากที่สุด ถึงร้อยละ 20.6 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการร้องคาราโอเกะ คิดเป็นร้อยละ 16.4 ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ ร้อยละ 15.0 นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายและขนาดของห้องอีกด้วย ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวคำนึงถึงน้อยที่สุด คือ ปัจจัยเรื่องความต้องการทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1.1 เท่านั้น

สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ มีปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ดังตารางที่ 19

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะบ็อกส์ (N=433)	
	จำนวน	%
ค่าใช้จ่าย	74	17.1
ระยะเวลาในการร้อง	72	16.6
ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	67	15.5
ต้องการความเป็นส่วนตัว	65	15.0
ขนาดของห้อง	60	13.9
จำนวนผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ	46	10.6
ความต้องการแสดงออก	27	6.2
ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	6	1.4
อื่นๆ	16	3.7
รวม	433	100

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ คำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม คิดเป็นร้อยละ 17.1 สำหรับปัจจัยที่รองลงมาได้แก่ ระยะเวลาในการร้อง คิดเป็นร้อยละ 16.6 ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ ร้อยละ15.5 ความต้องการความเป็นส่วนตัว 15.0 และขนาดของห้อง 13.9 สำหรับปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์คำนึงถึงน้อยที่สุด คือ ความต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.4 และความต้องการแสดงออก ร้อยละ 6.2 ส่วนปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์คือ ต้องการใช้คาราโอเกะบ็อกส์เป็นเสมือนห้องซ้อมร้องเพลงก่อนที่จะต้องไปร้องต่อหน้าผู้อื่น นอกจากนี้สถานที่ของคาราโอเกะบ็อกส์ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้ายังทำให้สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการอีกด้วย

จากตารางที่ 17,18 และ 19 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์คำนึงถึงมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 2 รูปแบบ ให้เหตุผลว่า คาราโอเกะใน 2 รูปแบบดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก โดยเฉพาะรูปแบบของคาราโอเกะบ็อกส์นั้น ผู้ใช้สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายได้ง่าย เนื่องจากคิดราคาค่าใช้จ่ายจากจำนวนเพลงที่ร้องไป ส่วนคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้น ผู้ใช้มีค่าใช้จ่ายเพียงอย่างเดียวคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งต่างจากคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เพราะนอกจากผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายค่า

อาหารแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายซึ่งคิดจากจำนวนชั่วโมงที่ผู้ใช้ใช้บริการเพิ่มเติมอีกด้วย สำหรับผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น ปัจจัยที่คำนึงถึงมากที่สุด คือ ความต้องการความเป็นส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 20.6 โดยให้เหตุผลว่า ด้วยลักษณะของสถานที่ที่จัดไว้อย่างเป็นสัดเป็นส่วน ทำให้ปราศจากการรบกวนจากบุคคลอื่น มีความเป็นกันเอง สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่โดยไม่เขินอาย และไม่จำเป็นต้องรอคิวในการร้องเพลงเหมือนคาราโอเกะแบบห้องรวม ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับตารางที่ 11 ที่พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มีรายได้ไม่มากนัก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องของค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ ต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ แต่ปัจจัยสำคัญคือเรื่องของความเป็นส่วนตัว และเมื่อพิจารณาปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะร่วมกับคุณลักษณะด้านเพศ จะได้ดังตารางที่ 20,21 และ 22 ดังนี้

ตารางที่ 20 คุณลักษณะด้านเพศและปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม			
	ชาย (N=245)		หญิง (N=120)	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ค่าใช้จ่าย	47	19.2	21	17.5
ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	45	18.4	21	17.5
ระยะเวลาในการร้อง	33	13.5	20	16.7
ความต้องการแสดงออก	31	12.7	15	12.5
ขนาดของห้อง	23	9.4	11	9.2
จำนวนผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ	19	7.8	14	11.7
ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	18	7.3	4	3.3
ต้องการความเป็นส่วนตัว	17	6.9	10	8.3
อื่นๆ	12	4.9	4	3.3
รวม	245	100	120	100

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะห้องรวมทั้งเพศชายและเพศหญิง เลือกปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยแรกในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชายและเพศหญิงเลือกปัจจัยดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ 17.5 ตามลำดับ ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเพศชาย

และเพศหญิงคำนึงถึงรองลงมา คือ ปัจจัยเรื่องผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ ระยะเวลาในการร้องคาราโอเกะและความต้องการแสดงออก

ตารางที่ 21 คุณลักษณะด้านเพศและปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องส่วนตัว			
	ชาย (N=433)		หญิง (N=512)	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ต้องการความเป็นส่วนตัว	89	20.6	106	20.7
ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	68	15.7	74	14.5
ระยะเวลาในการร้อง	62	14.3	93	18.2
ค่าใช้จ่าย	55	12.7	61	11.9
ขนาดของห้อง	50	11.5	62	12.1
จำนวนผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ	48	11.1	56	10.9
ความต้องการแสดงออก	47	10.9	54	10.5
ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	7	1.6	3	0.6
อื่นๆ	7	1.6	3	0.6
รวม	433	100	512	100

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องความเป็นส่วนตัว โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชายเลือก ร้อยละ 20.6 ผู้ใช้บริการเพศหญิงเลือกร้อยละ 20.7 ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเพศชายคำนึงถึงรองลงมา คือ ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ ระยะเวลาในการร้อง ค่าใช้จ่ายและขนาดของห้อง ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเพศหญิง คำนึงถึงรองลงมาจากเรื่องความเป็นส่วนตัว คือ ระยะเวลาในการร้อง ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ ขนาดของห้อง และค่าใช้จ่าย เป็นที่น่าสนใจว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เลือกปัจจัยเรื่องความต้องการเป็นส่วนตัวมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะบ็อกส์ และเลือกปัจจัยที่ต้องการทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆน้อยกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะอีก 2 รูปแบบด้วย

ตารางที่ 22 คุณลักษณะด้านเพศและปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะบ็อกส์			
	ชาย (N=135)		หญิง (N=298)	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ค่าใช้จ่าย	23	17.0	51	17.1
ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	22	16.3	45	15.1
ขนาดของห้อง	21	15.6	39	13.1
ระยะเวลาในการร้อง	20	14.8	52	17.4
ต้องการความเป็นส่วนตัว	17	12.6	48	16.1
จำนวนผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ	13	9.6	33	11.1
ความต้องการแสดงออก	8	5.9	19	6.4
ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	4	3.0	2	0.7
อื่นๆ	7	5.2	9	3.0
รวม	135	100	298	100

จากตารางที่ 22 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชายคำนึงถึงเรื่องของค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรกในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาคือ ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ ร้อยละ 16.3 ขนาดของห้องร้อยละ 15.6 ระยะเวลาในการร้อง ร้อยละ 14.8 และต้องการความเป็นส่วนตัว ร้อยละ 12.6 ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิง ให้ความสำคัญกับเรื่องระยะเวลาในการร้อง คิดเป็นร้อยละ 17.4 อันดับรองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายร้อยละ 17.1 ความต้องการความเป็นส่วนตัวร้อยละ 16.1 ส่วนปัจจัยเรื่องผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและขนาดของห้องเป็นปัจจัยรองลงมา

จากตารางที่ 20 , 21 และ22 สามารถสรุปได้ว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมคำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวทั้งเพศชายและเพศหญิงคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวเป็นอันดับแรกในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชายคำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่าย และเพศหญิงคำนึงถึงระยะเวลาในการร้องมากที่สุดแต่ก็คำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นอันดับที่รองลงมาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงของทั้ง 3 รูปแบบมักจะให้ความสำคัญกับเรื่องความเป็นส่วนตัวมากกว่าเพศชาย ถึงแม้ว่าจะเป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงที่เลือกใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมก็ตาม ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชายของทั้ง 3 รูปแบบให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องความต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นมากกว่าผู้ใช้บริการเพศหญิง และอาจด้วยสาเหตุดังกล่าวที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชายมักเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมมากกว่าเพศหญิง (จากตารางที่ 2) เนื่องจากคาราโอเกะแบบห้องรวมเป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่ผู้ใช้สามารถที่จะทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นได้สะดวกกว่าคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ และเนื่องจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงนั้น ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องความเป็นส่วนตัวในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิง นิยมเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมากกว่าเพศชาย (จากตารางที่ 2) เพราะคาราโอเกะในรูปแบบดังกล่าว มีความเป็นส่วนตัวสูงกว่าคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ

กล่าวโดยสรุป คือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงคำนึงถึงปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงนัก อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท (จากตารางที่ 11) ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัวทั้งเพศชายและเพศหญิงเช่นกัน สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่นั้นคำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษา (จากตารางที่ 9) ซึ่งมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (จากตารางที่ 11) และรายได้ส่วนใหญ่ก็มาจากผู้ปกครอง (จากตารางที่ 14) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับเรื่องความเป็นส่วนตัวมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นเพศชาย ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นเพศชายคำนึงถึงปัจจัยที่ต้องการทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. สถานประกอบการคาราโอเกะ

2.1 ประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะ

สำหรับประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวที่มีอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร โรงแรม ไนท์คลับ และสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ สำหรับการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ มีดังนี้

ตารางที่ 23 การเลือกประเภทสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม (N=101)	
	จำนวน	%
ร้านอาหาร	67	66.3
ร้านคาราโอเกะโดยเฉพาะ	21	20.8
โรงแรม	7	6.9
ไนท์คลับ	3	3.0
อื่น ๆ	3	3.0
รวม	101	100

ตารางที่ 24 การเลือกประเภทสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=236)	
	จำนวน	%
ร้านคาราโอเกะโดยเฉพาะ	98	41.5
ร้านอาหาร	72	30.5
โรงแรม	42	17.8
ไนท์คลับ	12	5.1
อื่น ๆ	12	5.1
รวม	236	100

จากตารางที่ 23 พบว่า สถานประกอบการคาราโอเกะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนิยมเลือกใช้ คือ สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร ซึ่งมีถึงร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ สถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 20.8 ส่วนสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในโรงแรมและไนท์คลับ มีผู้นิยมเพียงร้อยละ 6.9 และ3.0 ตามลำดับ

และจากตารางที่ 24 จะพบว่า ผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว นิยมเลือกใช้บริการคาราโอเกะในสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหารร้อยละ 30.5 และสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในโรงแรมอีกร้อยละ 17.8 ส่วนสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในไนท์คลับมีผู้นิยมเพียงร้อยละ 5.1 สำหรับสถานประกอบการคาราโอเกะประเภทอื่นๆที่มีผู้ระบุคือ สโมสรและสมาคมต่างๆ

สำหรับผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น เนื่องจากสถานประกอบการของคาราโอเกะบ็อกส์มักตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าอยู่แล้ว การเลือกสถานประกอบการในที่นี้จึงเป็นไปในลักษณะของการเลือกตำแหน่งที่ตั้งและลักษณะของตู้คาราโอเกะที่จะใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์มีการเลือกลักษณะของตู้คาราโอเกะที่จะเข้าใช้บริการ ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ลักษณะการเลือกตู้คาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ลักษณะของตู้คาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะบ็อกส์ (N=443)	
	จำนวน	%
เลือกตู้ที่มีเพลงใหม่ ๆ	86	19.4
เลือกตู้ที่มีขนาดใหญ่	81	18.3
เลือกตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม	78	17.6
เลือกตู้ที่ตั้งในตำแหน่งที่ไม่เป็นที่สังเกต	58	13.1
เลือกตู้ที่เป็นกระจกสีชา	44	9.9
เลือกตู้ที่เป็นกระจกใส	38	8.6
เลือกตู้ที่ตั้งในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย	30	6.8
เลือกตู้ที่มีเพลงเก่า ๆ	13	2.9
เลือกตู้ที่มีขนาดเล็ก	4	0.9
อื่น ๆ	11	2.5
รวม	443	100

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์พิจารณาเลือกตู้คาราโอเกะตามลำดับดังนี้ เลือกตู้ที่มีเพลงใหม่ๆ ร้อยละ 19.4 เลือกตู้ที่มีขนาดใหญ่ร้อยละ 18.3 เลือกตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม ร้อยละ 17.6 เลือกตู้ที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เป็นที่สังเกตร้อยละ 13.1 และเลือกตู้ที่เป็นกระจกสีชา ร้อยละ 9.9 ส่วนลักษณะของตู้คาราโอเกะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ไม่นิยม คือ ตู้ที่มีขนาดเล็กและตู้ที่มีเพลงเก่าๆ และเมื่อพิจารณาการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านเพศ จะได้ตามตารางที่ 26, 27, 28 และ 29 ดังนี้

ตารางที่ 26 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านเพศของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

สถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะแบบห้องรวม			
	ชาย (N=71)		หญิง (N=30)	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ร้านอาหาร	45	63.3	22	73.3
ร้านคาราโอเกะโดยเฉพาะ	16	22.5	5	16.7
โรงแรม	5	7.2	2	6.7
ไนท์คลับ	2	2.8	1	3.3
อื่นๆ	3	4.2	-	-
รวม	71	100	30	100

ตารางที่ 27 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านเพศ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

สถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว			
	ชาย (N=109)		หญิง (N=127)	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ร้านคาราโอเกะโดยเฉพาะ	48	44.1	50	39.4
ร้านอาหาร	27	24.8	45	35.4
โรงแรม	18	16.5	24	19.0
ไนท์คลับ	8	7.3	4	3.1
อื่นๆ	8	7.3	4	3.1
รวม	109	100	127	100

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็เลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร รองลงมาคือสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ และจากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกที่จะไปคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่ตั้งอยู่ในสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ รองลงมาคือ สถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร

ตารางที่ 28 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชาย

ลักษณะตู้คาราโอเกะบ็อกส์ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชาย (N=139)	
	จำนวน	%
ตู้ที่มีเพลงใหม่ๆ	26	18.7
ตู้ที่มีขนาดใหญ่	26	18.7
ตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม	22	15.8
ตู้ที่ตั้งตำแหน่งไม่เป็นที่สังเกต	17	12.2
ตู้ที่เป็นกระจกใส	16	11.5
ตู้ที่เป็นกระจกสีชา	11	7.9
ตู้ที่ตั้งตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย	11	7.9
ตู้ที่มีเพลงเก่าๆ	6	4.3
ตู้ที่มีขนาดเล็ก	2	1.5
อื่นๆ	2	1.5
รวม	139	100

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่เป็นเพศชายเลือกตู้คาราโอเกะที่มีเพลงใหม่ๆ และมีขนาดใหญ่ ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 26 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.7 รองลงมาคือ ตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม ร้อยละ 15.8 ตู้ที่ตั้งตำแหน่งไม่เป็นที่สังเกต ร้อยละ 12.2 และตู้ที่เป็นกระจกใส ร้อยละ 11.5 ส่วนลักษณะตู้ที่ไม่เป็นที่นิยมคือ ตู้ที่มีขนาดเล็กและตู้ที่มีเพลงเก่าๆ

สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิงมีการเลือกลักษณะตู้คาราโอเกะ ดังแสดงในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิง

ลักษณะตู้คาราโอเกะบ็อกส์ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิง (N=304)	
	จำนวน	%
ตู้ที่มีเพลงใหม่ๆ	60	19.7
ตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม	56	18.4
ตู้ที่มีขนาดใหญ่	55	18.1
ตู้ที่ตั้งตำแหน่งไม่เป็นที่สังเกต	41	13.5
ตู้ที่เป็นกระจกสีชา	33	10.5
ตู้ที่เป็นกระจกใส	22	7.2
ตู้ที่ตั้งตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย	19	6.3
ตู้ที่มีเพลงเก่าๆ	7	2.3
ตู้ที่มีขนาดเล็ก	2	0.7
อื่นๆ	9	2.9
รวม	304	100

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิงนิยมเลือกตู้ที่มีเพลงใหม่ๆ เช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 19.7 สำหรับอันดับรองลงมาจะเลือกตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม ตู้ที่มีขนาดใหญ่ ตู้ที่ตั้งในที่ที่ไม่เป็นที่สังเกตและตู้ที่มีกระจกสีชา ส่วนลักษณะตู้ที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิงไม่นิยม คือ ตู้ที่มีขนาดเล็กและตู้ที่มีเพลงเก่าๆ

ข้อมูลจากตารางที่ 26, 27, 28 และ29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวทั้งเพศหญิงและเพศชาย มักจะเลือกประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะอย่างเดียวกัน แต่ในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชายและเพศหญิงมีลักษณะการเลือกตู้คาราโอเกะที่แตกต่างกันเล็กน้อย ฉะนั้นจึงพอจะสรุปได้ว่าคุณลักษณะด้านเพศแทบจะไม่มีผลต่อการเลือกประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะ และเมื่อพิจารณาการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะร่วมกับคุณลักษณะด้านอายุ จะปรากฏผลดังตารางที่ 30 ,31และ 32 ดังนี้

ตารางที่ 30 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

สถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า1ข้อ)	อายุ									
	ต่ำกว่า 16 ปี(N=10)		16-25 ปี (N=12)		26-35 ปี (N=12)		36-45 ปี (N=32)		46 ปีขึ้นไป (N=35)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ร้านอาหาร	6	60.0	5	41.7	8	66.7	24	75.0	24	68.6
โรงแรม	-	-	-	-	-	-	3	9.4	4	11.4
คาราโอเกะเฉพาะ	2	20.0	6	50.0	2	16.7	5	15.6	6	17.1
ไนท์คลับ	-	-	1	8.3	1	8.3	-	-	1	2.9
อื่นๆ	2	20.0	-	-	1	8.3	-	-	-	-
รวม	10	100	12	100	12	100	32	100	35	100

ตารางที่ 31 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

สถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า1ข้อ)	อายุ									
	ต่ำกว่า 16 ปี (N=27)		16-25 ปี (N=37)		26-35 ปี (N=75)		36-45 ปี (N=47)		46 ปีขึ้นไป (N=50)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ร้านอาหาร	7	25.9	4	10.8	16	21.3	18	38.3	27	54.0
โรงแรม	7	25.9	4	10.8	12	16.0	9	19.1	10	20.0
คาราโอเกะเฉพาะ	7	25.9	25	67.6	42	56.0	15	31.9	9	18.0
ไนท์คลับ	3	11.1	1	2.7	4	5.3	4	8.5	-	-
อื่นๆ	3	11.1	3	8.1	1	5.3	1	2.1	4	8.0
รวม	27	100	37	100	75	100	47	100	50	100

จากตารางที่ 30 และ 31 จะพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมทุกช่วงอายุ นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะห้องรวมในสถานประกอบการคาราโอเกะแบบร้านอาหาร ต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่อายุ 16 ถึง 35 ปี นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่อายุ 36 ปีขึ้นไป นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในร้านอาหาร สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ในแต่ละช่วงอายุมีการเลือกลักษณะของตู้คาราโอเกะ ดังนี้

ตารางที่ 32 การเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

สถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า1ข้อ)	อายุ									
	ต่ำกว่า 16 ปี (N=222)		16-25 ปี (N=166)		26-35 ปี (N=28)		36-45 ปี (N=23)		46 ปีขึ้นไป (N=4)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ตู้ที่ไม่เป็นที่สังเกต	30	13.5	22	13.3	3	10.7	3	13.0	-	-
ตู้ที่สังเกตเห็นง่าย	14	6.3	11	6.6	3	10.7	1	4.3	1	25.0
ตู้ที่มีขนาดใหญ่	39	17.6	32	19.3	5	17.9	4	17.4	1	25.0
ตู้ที่มีขนาดเล็ก	3	1.4	1	0.6	-	-	-	-	-	-
ตู้ที่มีเพลงใหม่ๆ	43	19.4	33	19.9	5	17.9	5	21.7	-	-
ตู้ที่มีเพลงเก่าๆ	5	2.3	5	3.0	2	7.1	-	-	1	25.0
ตู้ที่ตกแต่งสวยงาม	38	17.1	30	18.1	5	17.9	5	21.7	-	-
ตู้ที่ติดกระจกสีชา	21	9.5	17	10.2	1	3.6	5	21.7	-	-
ตู้ที่ติดกระจกใส	22	9.9	12	7.2	4	14.3	-	-	-	-
อื่นๆ	7	3.2	3	1.8	-	-	-	-	1	25.0
รวม	222	100	166	100	28	100	23	100	4	100

จากตารางที่ 32 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์แต่ละช่วงอายุ มีการเลือกลักษณะตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่คล้ายคลึงกัน คือ เลือกตู้คาราโอเกะที่มีเพลงใหม่ๆ เลือกตู้ที่มีขนาดใหญ่ มีการตกแต่งที่สวยงาม และตั้งอยู่ในตำแน่งที่ไม่เป็นที่สังเกต จากตารางที่ 30,31 และ 32 จึงพอจะสรุปได้ว่า คุณลักษณะด้านอายุมีผลต่อการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว แต่ไม่มีผลต่อการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะบ็อกส์

2.2 ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ

สำหรับปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ มีดังนี้

ตารางที่ 33 ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ปัจจัยเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม (N=443)	
	จำนวน	%
บริการที่ดี	75	16.9
ราคาเป็นที่น่าพอใจ	68	15.3
เป็นสถานที่ที่เดินทางสะดวก (ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน)	63	14.2
เพลง/อุปกรณ์ทันสมัย	57	12.9
ความปลอดภัย	53	12.0
อาหารมีรสชาติดี	50	11.3
ขนาดและการตกแต่งสถานที่	38	8.6
ความคุ้นเคย	31	7.0
มีกิจกรรมอื่นๆในบริเวณใกล้เคียง เช่น โรงหนัง	5	1.1
อื่นๆ	3	0.7
รวม	443	100

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะโดยคำนึงถึงปัจจัยเรื่องการบริการที่ดีมากที่สุดถึงร้อยละ 16.9 รองลงมาคือเรื่องของราคาที่เป็นที่น่าพอใจ คิดเป็นร้อยละ 15.3 และเรื่องของการเดินทางโดยต้องเป็นสถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ14.2 ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมคำนึงถึงน้อยที่สุดคือ เรื่องของการมีกิจกรรมต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานประกอบการคาราโอเกะ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น เลือกสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีบริการเพื่อนช่วยร้องเพลงที่หน้าตาดี เป็นต้น

ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น คำนึงถึงปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ ดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ปัจจัยเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=995)	
	จำนวน	%
เพลง/อุปกรณ์ทันสมัย	162	16.3
บริการที่ดี	160	16.0
ราคาเป็นที่น่าพอใจ	155	15.6
เป็นสถานที่ที่เดินทางสะดวก (ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน)	145	14.6
ขนาดและการตกแต่งสถานที่	127	12.8
ความปลอดภัย	106	10.7
อาหารมีรสชาติดี	66	6.6
ความคุ้นเคย	52	5.2
มีกิจกรรมอื่นๆในบริเวณใกล้เคียง เช่น โรงหนัง	18	1.8
อื่นๆ	4	0.4
รวม	995	100

จากตารางที่ 34 จะเห็นว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวร้อยละ 16.3 คำนึงถึงความทันสมัยของเพลงและอุปกรณ์ ส่วนร้อยละ 16.0 และ 15.6 คำนึงถึงเรื่องของบริการที่ดีและราคาที่เป็นที่น่าพอใจ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องความสะดวกในการเดินทางและการตกแต่งสถานที่อีกด้วย และเช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่คำนึงถึงการมีกิจกรรมต่างๆในบริเวณใกล้เคียงน้อยที่สุด โดยผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกปัจจัยดังกล่าวเพียงร้อยละ 1.8

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์มีดังตารางที่ 35

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 ปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ปัจจัยเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	คาราโอเกะบ็อกส์ (N=289)	
	จำนวน	%
เพลง/อุปกรณ์ทันสมัย	62	21.4
เป็นสถานที่ที่เดินทางสะดวก (ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน)	59	20.4
มีกิจกรรมอื่นๆในบริเวณใกล้เคียง เช่น โรงหนัง	48	16.6
ความคุ้นเคย	34	11.8
ขนาดและการตกแต่งสถานที่	32	11.1
ความปลอดภัย	32	11.1
บริการที่ดี	20	6.9
ราคาเป็นที่น่าพอใจ	-	-
อาหารมีรสชาติดี	-	-
อื่นๆ	2	0.7
รวม	289	100

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเพลงและอุปกรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาคือเรื่องความสะดวกในการเดินทาง โดยจะเลือกสถานที่ที่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานและเรื่องของการมีกิจกรรมอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง เช่น การมีโรงภาพยนตร์ โบว์ลิ่ง ตู้เกม และสถานที่ซื้อของซึ่งแตกต่างจากผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมของการมาใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น เป็นลักษณะของการทำกิจกรรมรองเพื่อฆ่าเวลาระหว่างรอทำกิจกรรมหลัก เช่น การใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ระหว่างรอดูภาพยนตร์ ฉะนั้นการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์ จึงต้องเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์ที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้เคียงกับกิจกรรมหลักที่จะทำ ส่วนปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์คำนึงถึงน้อยที่สุดคือ เรื่องของบริการ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องของบริการ ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัว ซึ่งคำนึงถึงเรื่องของการบริการเป็นอันดับแรกและอันดับที่ 2 ตามลำดับ อาจเนื่องมาจาก คาราโอเกะบ็อกส์นั้น เป็นรูปแบบคาราโอเกะขนาดเล็กที่เน้นการบริการตนเองเป็นหลัก ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์สามารถเลือกเพลงที่จะร้องได้เอง ต่างจากคาราโอเกะแบบห้องรวมที่ต้องเลือกเพลงผ่านพนักงานของร้าน และไม่มีการสั่งอาหาร ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพนักงานเสิร์ฟ

อาหารเช่นเดียวกับในสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและห้องรวม ฉะนั้นผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่จึงไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องของการบริการ

สำหรับปัจจัยเรื่องรสชาติของอาหารและเรื่องราคานั้น ถือเป็นข้อจำกัดของคาราโอเกะบ็อกส์ที่ส่วนใหญ่ได้มีการกำหนดราคาการใช้บริการไว้อย่างตายตัว (เพลงละ 10 บาท) และไม่สามารถนำอาหารเข้าไปรับประทานขณะใช้บริการได้ ดังนั้นทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวจึงไม่มีผลต่อการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบคำนึงถึงในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะคือ ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ เช่น ไมโครโฟน เป็นต้น

จากผลการวิจัยข้างต้น ที่พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วอยู่ในกลุ่มวัยเริ่มทำงานและวัยรุ่นนั้น (จากตารางที่ 4) ให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องของเพลงและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ ได้สอดคล้องกับการวิจัยของ ทิพย์ธิดา เภกะนันทน์ (2541) เรื่อง อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ ที่พบว่า เพลงใหม่ๆ มีส่วนสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจไปใช้สื่อคาราโอเกะของกลุ่มวัยรุ่น

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมทุกเพศทุกวัย นิยมเลือกใช้บริการคาราโอเกะในสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ที่มีอายุ16-35ปีทั้งเพศชายและเพศหญิงมักเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในสถานประกอบการคาราโอเกะเฉพาะ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไปนิยมไปใช้บริการคาราโอเกะในร้านอาหาร ซึ่งผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่คำนึงถึงปัจจัยเรื่องเพลงและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเป็นอันดับแรกในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เลือกตู้คาราโอเกะที่มีเพลงใหม่ๆ โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศชายจะเลือกตู้ที่มีเพลงใหม่ๆและตู้ที่มีขนาดใหญ่ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพศหญิงจะเลือกตู้ที่มีเพลงใหม่ๆและมีการตกแต่งที่สวยงาม สำหรับปัจจัยในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น เหมือนกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องเพลงและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเป็นอันดับแรก

3. ช่วงเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะ

จากทฤษฎีกลุ่มสังคมที่กล่าวไว้ว่า ตัวแปรด้านอาชีพนั้น เป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการใช้เวลาของบุคคล ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเอาตัวแปรดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดช่วงเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว (จากตารางที่ 9) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการแบ่งช่วงเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะเพื่อให้สอดคล้องกับคุณลักษณะด้านอาชีพของผู้ใช้บริการคาราโอเกะของทั้ง 2 รูปแบบ โดยแบ่งเวลาออกเป็น 2 ช่วง คือช่วงเวลาก่อน 18.00 น.ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนเลิกงาน และช่วงเวลาหลัง 18.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน และแบ่งวันที่ใช้บริการออกเป็น 4 กลุ่ม คือ วันทำงานที่วันรุ่งขึ้นยังคงเป็นวันทำงาน ได้แก่ วันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี วันทำงานที่วันรุ่งขึ้นเป็นวันหยุด ได้แก่ วันศุกร์ วันหยุดที่วันรุ่งขึ้นยังคงเป็นวันหยุด ได้แก่วันเสาร์ และวันหยุดที่วันรุ่งขึ้นเป็นวันทำงาน ได้แก่วันอาทิตย์

ตารางที่ 36 ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด

วัน	เวลา						รวม (N=98)	
	ก่อน18.00 น. (11)		หลัง 18.00 น. (86)		ไม่แน่นอน (1)			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
จันทร์-พฤหัส	-	-	5	5.8	-	-	5	5.1
ศุกร์	5	45.5	42	48.9	-	-	47	48.0
เสาร์	1	9.0	34	39.5	-	-	35	35.7
อาทิตย์	5	45.5	5	5.8	-	-	10	10.2
ไม่แน่นอน	-	-	-	-	1	100	1	1.0
รวม	11	100	86	100	1	100	98	100

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะในวันศุกร์และวันเสาร์ โดยในวันศุกร์มีผู้ไปใช้บริการร้อยละ 48.0 และในวันเสาร์มีผู้ไปใช้บริการร้อยละ 35.7 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่ามีผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่เลือกไปใช้บริการในวันศุกร์และวันเสาร์ ถึงร้อยละ 83.7 ซึ่งต่างจาก วันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดีอย่างเห็นได้ชัด ส่วนผู้ที่ไปใช้บริการในวันอาทิตย์ก็มีเพียงร้อยละ 10.2 เท่านั้น โดยช่วงเวลาหลัง 18.00 น. ซึ่งเป็นเวลาหลังเลิกงาน จะเป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเลือกไปใช้บริการมากที่สุด

ตารางที่ 37 ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด

วัน	เวลา						รวม (N=210)	
	ก่อน18.00 น. (23)		หลัง 18.00 น.(187)		ไม่แน่นอน			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
จันทร์-พฤหัส	3	13.1	9	4.8	-	-	12	5.7
ศุกร์	5	21.7	84	44.9	-	-	89	42.4
เสาร์	6	26.1	81	43.3	-	-	87	41.4
อาทิตย์	7	30.4	11	5.9	-	-	18	8.6
ไม่แน่นอน	2	8.7	2	1.1	-	-	4	1.9
รวม	23	100	187	100	-	-	210	100

จากตารางที่ 37 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะในวันศุกร์และวันเสาร์ เช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม โดยมีผู้ที่ไปใช้บริการในวันศุกร์และวันเสาร์คิดเป็นร้อยละ 42.4 และ 41.4 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า ร้อยละ 83.8 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เป็นผู้ที่เลือกไปใช้บริการคาราโอเกะในวันศุกร์และวันเสาร์ ส่วนผู้ที่ไปใช้บริการคาราโอเกะในวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดีมีเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้น สำหรับช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนิยมไปใช้บริการก็เป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนิยมเลือกไปใช้บริการ คือหลังเวลา 18.00 น. นั่นเอง

สำหรับช่วงเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น ผู้วิจัยก็ได้แบ่งช่วงเวลาให้สอดคล้องกับคุณลักษณะด้านอาชีพของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา (จากตารางที่ 9) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการแบ่งช่วงเวลาในการใช้บริการออกเป็น 3 ช่วง คือ 10.00-14.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนเลิกเรียน 14.01-18.00 น. เป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียน และ 18.01-22.00 น.เป็นเวลาช่วงค่ำ ส่วนวันที่ไปใช้บริการ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์

ตารางที่ 38 ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด

วัน	เวลา						รวม (N=92)	
	10.00-14.00น. (14)		14.01-18.00น. (64)		18.01-22.00น. (14)			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
จันทร์-ศุกร์	2	14.3	14	21.9	6	42.9	22	23.9
เสาร์	7	50.0	33	51.6	4	28.6	44	47.8
อาทิตย์	5	35.7	17	26.5	3	21.4	25	27.2
ไม่แน่นอน	-	-	-	-	1	7.1	1	1.1
รวม	14	100	64	100	14	100	92	100

จากตารางที่ 38 พบว่า ในวันจันทร์ถึงศุกร์ซึ่งเป็นวันที่มีการเรียนการสอน มีผู้ไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ คิดเป็นร้อยละ 23.9 ส่วนในวันหยุด คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ พบว่ามีจำนวนของผู้ที่ไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์มากกว่าในวันที่มีการเรียน โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะในวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 47.8 ส่วนในวันอาทิตย์มีผู้ไปใช้บริการน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 27.2 และช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นิยมไปใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงเวลาตั้งแต่ 14.01 -18.00 น.

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น นิยมใช้บริการคาราโอเกะในวันศุกร์และวันเสาร์หลังเวลา 18.00 น.มากที่สุด โดยในวันอื่นๆพบว่ามีจำนวนของผู้ใช้บริการน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวจำนวนมากมักเปิดให้บริการในช่วงเวลากลางคืน ดังนั้น กิจกรรมการร้องคาราโอเกะจึงมักกระทำในช่วงกลางคืน และเนื่องจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะห้องรวมและห้องส่วนตัวโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว (จากตารางที่ 9) ดังนั้นเพื่อไม่ให้กระทบกับการทำงานในวันรุ่งขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้งแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวเลือกที่จะใช้บริการคาราโอเกะในคืนวันศุกร์และคืนวันเสาร์ ซึ่งวันรุ่งขึ้น (วันเสาร์และวันอาทิตย์) เป็นวันหยุดนั่นเอง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ซึ่งได้ทำการสำรวจ "พฤติ-กรรมการเที่ยวคาราโอเกะของคนเมืองหลวง" พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการคือ ช่วง 20.00-23.00 น. และสำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ นิยมใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ส่วนช่วงเวลาที่นิยมคือช่วง 14.01-18.00น. ในการที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เลือกไปใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งต่างจากเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวนิยมไปใช้บริการ ก็เนื่องมาจากเวลาเปิดให้บริการของคาราโอเกะบ็อกส์ที่

ต่างกับคาราโอเกะอีก 2 รูปแบบ กล่าวคือ คาราโอเกะบ็อกส์มักตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าทำให้เวลาเปิดบริการนั้นเป็นไปตามเวลาเปิดทำการของห้างสรรพสินค้า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์จึงสามารถที่จะเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะรูปแบบดังกล่าวได้ในช่วงเวลากลางวัน นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนของผู้ไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในวันธรรมดา มีมากกว่าจำนวนของผู้ที่ไปใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่ไปใช้บริการในวันธรรมดาอีกด้วย

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยทางการตลาดของ สมาคมผู้บริหารกิจการคาราโอเกะของญี่ปุ่น (All Japan Association of Karaoke Entrepreneurs : Zenkoku Karaoke Jigyosha Kyokai) หรือ ZKJK ในปี 1996 ที่กล่าวถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมการใช้คาราโอเกะของกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะ 3 กลุ่ม ในประเทศญี่ปุ่น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา และที่ศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยนั้น จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน หรือหลังงานเลี้ยงสังสรรค์ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่อยู่ในวัยกลางคนหรือวัยทำงานนั้นนิยมไปใช้บริการในช่วงตอนเย็นหลังเลิกงาน

ซึ่งจากลักษณะของช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะนิยมไปใช้บริการนั้น เป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่ง Assael (1995) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละบุคคล และจากผลการวิจัย ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว ดังนั้นรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนดังกล่าว ก็จะเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนทำงาน ซึ่งกิจกรรมในชีวิตประจำวันของบุคคลดังกล่าว ก็จะแบ่งได้เป็น 2 กิจกรรมหลักๆ คือ กิจกรรมการทำงาน และกิจกรรมการพักผ่อน (จุฑามาส,2542) และในลักษณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา กิจกรรมในชีวิตประจำวันก็จะได้แก่ กิจกรรมการเรียนและกิจกรรมการพักผ่อน ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์เลือกที่จะไปใช้บริการคาราโอเกะแล้ว ก็สามารถที่จะวิเคราะห์ได้ว่ากิจกรรมคาราโอเกะถือเป็นกิจกรรมการพักผ่อน ซึ่งคนกลุ่มดังกล่าวเลือกกระทำในช่วงเวลาที่นอกเหนือจากช่วงเวลาทำงานหรือช่วงเวลาเรียนนั่นเอง

4. ความถี่และระยะเวลา

4.1 ความถี่ในการไปใช้บริการคาราโอเกะ

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ มีความถี่ในการไปใช้บริการคาราโอเกะดังนี้

ตารางที่ 39 ความถี่ในการไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์

ความถี่	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	50	51.0	146	69.5	34	37.0
เดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง	48	49.0	64	30.5	58	63.0
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่ไปใช้บริการคาราโอเกะน้อยกว่าเดือนละครั้ง มีจำนวน 50 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 51 ส่วนผู้ที่ไปใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง มีจำนวน 48 คนหรือร้อยละ 49 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ไปใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้งถึงร้อยละ 69.5 (146 คน จาก 210 คน) โดยมีผู้ที่ไปใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง เพียงร้อยละ 30.5 เท่านั้น (64 คน จาก 210 คน) สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ พบว่ามีจำนวนของผู้ที่ไปใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้งถึง 58 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 63 โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์อีกร้อยละ 37 เป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง

การไปใช้บริการของผู้ใช้บริการคาราโอเกะ จะมีทั้งแบบที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า คือ มีการนัดหมายกับผู้ที่จะร่วมไปด้วย มีการนัดเวลาและสถานที่อย่างแน่นอนก่อนที่จะไปใช้บริการ และแบบที่ไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้า คือไม่มีการกำหนดเวลาและสถานที่ไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะไปใช้บริการ ซึ่งลักษณะการไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ มีดังนี้

ตารางที่ 40 การวางแผนในการไปใช้บริการคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์

การวางแผนในการไปใช้บริการคาราโอเกะ	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
วางแผนล่วงหน้า	55	56.1	170	81.0	18	19.6
ไม่ได้วางแผนล่วงหน้า	43	43.9	40	19.0	74	80.4
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม มีจำนวนของผู้ที่วางแผนล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการและผู้ที่ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 56.1 และร้อยละ 43.9 ตามลำดับ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว มีผู้ที่วางแผนล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการถึงร้อยละ 81 และมีจำนวนของผู้ที่ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าเพียงร้อยละ 19 เท่านั้น ในขณะที่ ร้อยละ 80.4 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ เป็นผู้ที่ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ และมีเพียงร้อยละ 19.6 เท่านั้น ที่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนไปใช้บริการ

4.2 ระยะเวลาในการไปใช้บริการคาราโอเกะ

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ มีระยะเวลาในการไปใช้บริการ ดังนี้

ตารางที่ 41 ระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ใช้ในการไปคาราโอเกะแต่ละครั้ง

ระยะเวลา	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
น้อยกว่า1 ช.ม.	10	10.2	3	1.4	82	89.1
1-2 ช.ม.	17	17.4	35	16.7	8	8.7
มากกว่า2 ช.ม.	71	72.4	172	81.9	2	2.2
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่ใช้เวลาในการไปคาราโอเกะแต่ละครั้งมากกว่า 2 ชั่วโมง ถึงร้อยละ 72.4 สำหรับผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง พบว่ามีเพียงร้อยละ 27.6 เท่านั้น ในจำนวนนี้เป็นผู้ใช้บริการที่ไปใช้บริการน้อยว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 10.2 และเป็นผู้ที่ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 17.4 สำหรับระยะเวลาในการไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวจะมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม กล่าวคือ ร้อยละ 81.9 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวจะไปใช้บริการคาราโอเกะมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนอีกร้อยละ 18.1 เป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่า 2 ชั่วโมง โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงร้อยละ 1.4 และเป็นผู้ที่ไปใช้บริการ 1 - 2 ชั่วโมง ร้อยละ 16.7 สำหรับระยะเวลาในการไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์จะมีลักษณะที่แตกต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 2 รูปแบบที่ได้กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ถึงเกือบร้อยละ 90 จะใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยพบว่ามีผู้ที่ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เกิน 1 ชั่วโมงเพียงร้อยละ 10 .9 เท่านั้น

กล่าวโดยสรุปคือ ครึ่งหนึ่งของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมจะเป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ไปใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง และส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70 จะใช้บริการมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยเป็นการไปใช้บริการที่มีการวางแผนล่วงหน้าและไม่ได้วางแผนล่วงหน้าในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว พบว่า เกือบร้อยละ 70 เป็นผู้ที่ไปใช้บริการคาราโอเกะน้อยกว่าเดือนละครั้ง และโดยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการไปคาราโอเกะต่อครั้งมากกว่า 2 ชั่วโมง และเป็นการไปใช้บริการโดยมีการวางแผนล่วงหน้า ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์โดยส่วนใหญ่มีลักษณะการไปใช้บริการโดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า และเกือบร้อยละ 90 เป็นการไปใช้บริการที่ไม่ถึง 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์โดยส่วนใหญ่มักไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง การที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ใช้เวลาในการร้องคาราโอเกะต่อครั้งน้อยกว่า 1 ชั่วโมง อาจเนื่องมาจากลักษณะของการไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการไปใช้บริการที่เกิดจากความบังเอิญ ซึ่งผู้ใช้บริการเรียกว่า “การแวะ” เนื่องจากคาราโอเกะบ็อกส์มักตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่ตั้งใจเข้ามาใช้บริการต่างๆของห้างสรรพสินค้า เช่น การซื้อของ การดูหนัง และใช้เวลาในระหว่างรอหรือเวลาที่เหลือจากการใช้บริการต่างๆของห้างสรรพสินค้ามาร้องคาราโอเกะ ดังนั้นระยะเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในแต่ละครั้งจึงไม่มากนั่นเอง

5. เพลง

5.1 ประเภทของเพลง

ประเภทของเพลงที่ปรากฏอยู่ในสถานประกอบการคาราโอเกะ ได้แก่ เพลงไทยสากล เพลงไทยลูกทุ่ง เพลงสากลที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาอังกฤษ และเพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาอื่นๆ เช่น เพลงจีน เพลงญี่ปุ่น เป็นต้น สำหรับประเภทของเพลงที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบเลือกร้อง มีดังนี้

ตารางที่ 42 ประเภทเพลงที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์เลือกร้อง

ประเภทของเพลง (ตอบมากกว่า 1ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม (N=149)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=297)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=109)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพลงไทยสากล	72	48.3	186	62.6	86	78.9
เพลงไทยลูกทุ่ง	49	32.9	55	18.5	6	5.5
เพลงสากล (ภาษาอังกฤษ)	24	16.1	52	17.5	16	14.7
เพลงภาษาอื่นๆ	4	2.7	4	1.4	1	0.9
รวม	149	100	297	100	109	100

จากตารางที่ 42 พบว่า ประเภทของเพลงที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบเลือกร้องมากที่สุด คือ เพลงไทยสากล โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม เลือกร้องเพลงประเภทเพลงไทยสากลถึงร้อยละ 78.9 ,62.6 และ 48.3 ตามลำดับ ซึ่งผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม และผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เลือกร้องเพลงประเภทเพลงไทยลูกทุ่งในจำนวนที่รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 32.9 และ 18.5 และนิยมร้องเพลงสากล เป็นอันดับที่ 3 คือ ร้อยละ16.1 และ17.5 ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ เลือกร้องเพลงสากลเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 14.7 และเลือกร้องเพลงไทยลูกทุ่ง เป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 5.5

ส่วนเพลงในภาษาอื่นๆ ที่มีผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกร้องคือ เพลงภาษาญี่ปุ่น เพลงจีน และเพลงไต้หวัน ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) ที่พบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ นิยมเลือกร้องเพลงไทยสากล รองลงมาคือเพลงลูกทุ่งและเพลงจีน

5.2 เกณฑ์ในการเลือกเพลง

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะมีเกณฑ์ในการเลือกเพลง ดังนี้

ตารางที่ 43 เกณฑ์ในการเลือกเพลง ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

เกณฑ์ในการเลือกเพลง (ตอบมากกว่า 1ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม (N=293)	
	จำนวน	%
เพลงที่ร้องได้ดี	84	28.7
เพลงที่เนื้อหาตรงใจ	60	20.5
เพลงที่ร่วมสมัย	50	17.1
เพลงที่ทันสมัย	45	15.3
เพลงที่มีจังหวะช้า	19	6.5
เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ	18	6.1
เพลงที่มีจังหวะเร็ว	13	4.4
อื่นๆ	4	1.4
รวม	293	100

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่จะเลือกเพลงที่สามารถร้องได้ดีเป็นอันดับแรก ถึงร้อยละ 28.7 รองลงมาคือเพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ ร้อยละ 20.5 และเลือกเพลงร่วมสมัยเป็นอันดับที่ 3 ร้อยละ 17.1 และระหว่างเพลงที่มีจังหวะช้าและเพลงที่มีจังหวะเร็ว พบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเลือกร้องเพลงที่มีจังหวะช้ามากกว่าเพลงที่มีจังหวะเร็ว คิดเป็นร้อยละ 6.5 และร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 เกณฑ์ในการเลือกเพลง ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

เกณฑ์ในการเลือกเพลง (ตอบมากกว่า 1ข้อ)	คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=639)	
	จำนวน	%
เพลงที่ร้องได้ดี	155	24.3
เพลงที่ทันสมัย	123	19.2
เพลงที่เนื้อหาตรงใจ	123	19.2
เพลงที่ร่วมสมัย	96	15.0
เพลงที่มีจังหวะเร็ว	50	7.8
เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ	45	7.1
เพลงที่มีจังหวะช้า	42	6.6
อื่นๆ	5	0.8
รวม	639	100

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนิยมเลือกเพลงที่ร้องได้ดีเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ24.3 รองลงมาคือเลือกเพลงที่มีความทันสมัยและเพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ คิดเป็นร้อยละ19.2 เท่ากัน และระหว่างเพลงที่มีจังหวะช้าและเพลงที่มีจังหวะเร็ว พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนิยมเลือกเพลงที่มีจังหวะเร็วมากกว่า

ตารางที่ 45 เกณฑ์ในการเลือกเพลง ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

เกณฑ์ในการเลือกเพลง (ตอบมากกว่า 1ข้อ)	คาราโอเกะบ็อกส์ (N=295)	
	จำนวน	%
เพลงที่ทันสมัย	72	24.4
เพลงที่เนื้อหาตรงใจ	66	22.4
เพลงที่ร้องได้ดี	58	19.7
เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ	31	10.5
เพลงที่ร่วมสมัย	23	7.8
เพลงที่มีจังหวะเร็ว	22	7.5
เพลงที่มีจังหวะช้า	19	6.4
อื่นๆ	4	1.3
รวม	295	100

จากตารางที่ 45 พบว่า ร้อยละ 24.4 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นิยมเลือกร้องเพลงที่มีความทันสมัย รองลงมาคือ เพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ และเพลงที่สามารถร้องได้ดี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และ 19.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเกณฑ์ในการเลือกเพลงของผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ ร่วมกับคุณลักษณะด้านอายุ จะได้ดังตารางที่ 46, 47 และ48

ตารางที่46 เกณฑ์ในการเลือกเพลงตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

เกณฑ์ในการเลือกเพลง (ตอบมากกว่า1 ข้อ)	ต่ำกว่า16 ปี (N=31)		16-25 ปี (N=35)		26-35 ปี (N=45)		36-45 ปี (N=85)		มากกว่า 46 ปี(N=97)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพลงที่ทันสมัย	8	25.8	8	22.9	7	15.6	12	14.1	10	10.3
เพลงที่ร่วมสมัย	1	3.2	5	14.3	9	20.0	17	20.0	18	18.6
เพลงที่ร้องได้ดี	8	25.8	9	25.7	9	20.0	26	30.6	32	33.0
เพลงที่เนื้อหาตรงใจ	7	22.6	5	14.3	11	24.4	18	21.2	19	19.6
เพลงที่มีจังหวะเร็ว	4	12.9	2	5.7	2	4.4	1	1.2	4	4.1
เพลงที่มีจังหวะช้า	1	3.2	1	2.9	2	4.4	6	7.1	9	9.3
เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ	1	3.2	3	8.6	5	11.1	5	5.9	4	4.1
อื่นๆ	1	3.2	2	5.7	-	-	-	-	1	1.0
รวม	31	100	35	100	45	100	85	100	97	100

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 เกณฑ์ในการเลือกเพลงตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

เกณฑ์ในการเลือกเพลง (ตอบมากกว่า1 ข้อ)	ต่ำกว่า 16 ปี(N=78)		16-25 ปี (N=102)		26-35 ปี (N=206)		36-45 ปี (N=130)		มากกว่า46ปี (N=123)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพลงที่ทันสมัย	24	30.8	20	19.6	43	20.9	20	15.4	15	12.2
เพลงที่ร่วมสมัย	6	7.7	11	10.8	22	10.7	28	21.5	29	23.6
เพลงที่ร้องได้ดี	17	21.8	18	17.6	50	24.3	36	27.7	34	27.6
เพลงที่เนื้อหาตรงใจ	13	16.7	22	21.6	43	20.9	20	15.4	25	20.3
เพลงที่มีจังหวะเร็ว	7	9.9	14	13.7	15	7.3	10	7.7	4	3.3
เพลงที่มีจังหวะช้า	5	6.4	5	4.9	15	7.3	7	5.4	10	8.1
เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ	6	7.7	10	9.8	15	7.3	9	6.9	6	4.9
อื่นๆ	-	-	2	2.0	3	1.5	-	-	-	-
รวม	78	100	102	100	206	100	130	100	123	100

ตารางที่ 48 เกณฑ์ในการเลือกเพลงตามคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

เกณฑ์ในการเลือกเพลง (ตอบมากกว่า1 ข้อ)	ต่ำกว่า 16 ปี (N=152)		16-25 ปี (N=105)		26-35 ปี (N=19)		36-45 ปี (N=14)		มากกว่า46ปี (N=5)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพลงที่ทันสมัย	37	24.3	28	26	4	21.1	2	14.3	1	20.0
เพลงที่ร่วมสมัย	9	5.9	9	7	3	15.8	2	14.3	-	-
เพลงที่ร้องได้ดี	26	17.1	22	8.6	4	21.1	4	28.6	2	20.0
เพลงที่เนื้อหาตรงใจ	34	22.4	25	21.0	4	21.1	3	21.4	-	-
เพลงที่มีจังหวะเร็ว	13	8.6	7	23.8	-	-	2	14.3	-	-
เพลงที่มีจังหวะช้า	13	8.6	4	6.7	2	10.5	-	-	-	-
เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ	19	12.5	10	3.8	2	10.5	-	-	-	-
อื่นๆ	1	0.7	-	9.5	-	-	1	7.1	2	40.0
รวม	152	100	105	100	19	100	14	100	5	100

จากตารางที่ 46, 47 และ 48 จะพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ที่มีช่วงอายุในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีเกณฑ์ในการเลือกเพลงที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี นิยมเลือกเพลงที่มีความทันสมัย และมีจังหวะเร็ว ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่อายุ 36 ปีขึ้นไป นิยมเลือกเพลงร่วมสมัยมากกว่าเพลงที่ทันสมัย และมักจะเลือกเพลงที่มีจังหวะช้า สำหรับเกณฑ์เรื่องการเลือกเพลงที่สามารถร้องได้ดี และการเลือกเพลงที่มีเนื้อหาตรงใจนั้น พบว่า เป็นเกณฑ์ที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่า คุณลักษณะด้านอายุมีผลต่อการเลือกจังหวะเพลงและความเก่าใหม่ของเพลง แต่ไม่มีผลต่อการเลือกเพลงที่เนื้อหาและการเลือกเพลงที่ความสามารถในการร้อง

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ เลือกร้องเพลงประเภทเพลงไทยสากลมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่จะเลือกเพลงไทยสากลร่วมสมัยที่ร้องได้ดี และมีเนื้อหาตรงใจ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ จะเลือกเพลงไทยสากลที่ทันสมัย ร้องได้ดี และมีเนื้อหาตรงใจ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์ธิดา (2541) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมักใช้ความรู้สึกของตนในการเลือกเพลง โดยจะเลือกเพลงที่สอดคล้องกับอารมณ์ของกลุ่มในขณะนั้น สมาชิกกลุ่มจะเน้นเพลงที่มีเนื้อหาถูกใจโดยดูจากความหมายของเพลงและความนิยมในเพลงนั้นๆ นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Levy และ Windahl ที่เสนอไว้ว่า การที่บุคคลมีกระบวนการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกันเนื่องจากมีความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์ วัยวุฒิ และความต้องการที่ต่างกัน ซึ่งผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่เลือกร้องคาราโอเกะเพลงไทยสากล เนื่องจากรู้จัก คุ้นเคยและมีประสบการณ์ร่วมกับเพลงประเภทดังกล่าวมากกว่าเพลงประเภทอื่น โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มีช่วงอายุอยู่ในวัยกลางคน ซึ่งพบมากในคาราโอเกะแบบห้องรวม (จากตารางที่ 4) ก็มักจะเลือกร้องเพลงร่วมสมัย ที่มีจังหวะช้า ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งมักจะเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ (จากตารางที่ 4) มักจะเลือกเพลงที่มีจังหวะเร็วและเป็นเพลงที่ทันสมัยมากกว่าเพลงที่ร่วมสมัย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแต่ละกลุ่มต่างก็เลือกเพลงที่ตนมีความใกล้ชิด มีประสบการณ์ร่วม รู้จักและคุ้นเคยเป็นอย่างดี ตัวเลขที่น่าสนใจคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม เกือบร้อยละ 30 จะให้ความสำคัญกับการเลือกเพลงที่สามารถร้องได้ดีมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีแรงขับของ Zajonc ที่ว่า การที่มีผู้อื่นอยู่ด้วยเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองที่เด่นหรือการแสดงออกที่ผู้แสดงมีความเชี่ยวชาญ ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี กล่าวคือ ด้วย

ลักษณะของคาราโอเกะแบบห้องรวมที่ภายในห้องเดียวกันจะมีผู้ใช้บริการที่ไม่รู้จักอยู่ด้วย ซึ่งนั่นหมายถึงมีการปรากฏอยู่ของผู้อื่น การแสดงออกต่างๆ จึงเป็นไปในลักษณะของการเลือกแสดงในสิ่งที่ผู้แสดงมั่นใจว่าทำได้ดี ซึ่งก็คือ การเลือกร้องเพลงที่ผู้ใช้บริการมั่นใจว่าสามารถร้องได้ดีนั่นเอง

6. ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ

ตารางที่ 49 ผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะร่วมกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพื่อน	78	79.6	175	83.3	73	79.3
ครอบครัว	14	14.3	33	15.7	12	13.0
คนเดียว	4	4.1	1	0.5	7	7.6
ลูกค้า	2	2.0	1	0.5	-	-
รวม	98	100	210	100	92	100

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบส่วนใหญ่ เลือกไปคาราโอเกะกับเพื่อน รองลงมาคือครอบครัวและการไปร้องคาราโอเกะคนเดียว ตามลำดับ แต่จะสังเกตได้ว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่เลือกไปร้องคาราโอเกะคนเดียวมีจำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เหลืออีก 2 รูปแบบ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของห้องที่มีขนาดเล็ก การเข้าไปใช้บริการคนเดียวจึงไม่ทำให้รู้สึกเคว้งคว้างจนเกินไป และด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง จึงไม่จำเป็นต้องชวนเพื่อนมาเพื่อหารค่าใช้จ่าย ดังนั้น เมื่อเกิดความรู้สึกอยากร้องเพลง ผู้ใช้บริการก็สามารถที่จะเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ได้เลย นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบไม่นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะกับลูกค้า อาจเนื่องจากภายในสถานประกอบการคาราโอเกะมีเสียงดังเกินไป ทำให้ไม่เอื้ออำนวยต่อการติดต่อการค้าหรือธุรกิจ แต่การมาใช้บริการคาราโอเกะร่วมกับลูกค้านั้น น่าจะเป็นในลักษณะของการสร้างความบันเทิงให้กับลูกค้าหลังจากที่ได้มีการติดต่อเรื่องธุรกิจมาจากที่อื่นแล้ว เมื่อพิจารณาถึงอายุร่วมกับผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะนั้น จะได้ดังตารางที่ 50,51และ52

ตารางที่ 50 ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	ต่ำกว่า16 ปี (N=10)		16-25 ปี (N=12)		26-35 ปี (N=13)		36-45 ปี (N=30)		46 ปีขึ้นไป (N=33)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คนเดียว	-	-	-	-	-	-	1	3.3	3	9.1
เพื่อน	5	50.0	8	66.7	12	92.3	26	86.7	27	81.8
ครอบครัว	5	50.0	4	33.3	1	7.7	1	3.3	3	9.1
ลูกค้า	-	-	-	-	-	-	2	6.7	-	-
รวม	10	100	12	100	13	100	30	100	33	100

ตารางที่ 51 ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	ต่ำกว่า16 ปี (N=27)		16-25 ปี (N=35)		26-35 ปี (N=66)		36-45 ปี (N=42)		46 ปีขึ้นไป (N=40)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คนเดียว	-	-	-	-	-	-	1	2.4	-	-
เพื่อน	11	40.7	29	82.9	64	97.0	38	90.5	33	82.5
ครอบครัว	16	59.3	6	17.1	1	1.5	3	7.1	7	17.5
ลูกค้า	-	-	-	-	1	1.5	-	-	-	-
รวม	27	100	35	100	66	100	42	100	40	100

ตารางที่ 52 ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	ต่ำกว่า16 ปี (N=45)		16-25 ปี (N=34)		26-35 ปี (N=6)		36-45 ปี (N=5)		46 ปีขึ้นไป (N=2)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คนเดียว	3	6.7	3	8.8	1	16.7	-	-	-	-
เพื่อน	35	77.8	30	88.2	5	83.3	3	60.0	-	-
ครอบครัว	7	15.6	1	2.9	-	-	2	40.0	2	100
ลูกค้า	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	45	100	34	100	6	100	5	100	2	100

จากตารางที่ 50,51และ52 พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ มีดังนี้ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวที่อายุต่ำกว่า 16 ปี เลือกไปคาราโอเกะกับเพื่อนและครอบครัว ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ขณะที่ในช่วงอายุเดียวกัน พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เลือกไปคาราโอเกะกับเพื่อนถึงร้อยละ 77.8 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมและสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวโดยส่วนใหญ่ มีการจำกัดอายุของผู้ที่จะเข้าไปใช้บริการ แต่หากว่ามากับผู้ปกครอง ผู้ใช้บริการในกลุ่มดังกล่าวก็จะสามารถเข้าไปใช้บริการได้ ในขณะที่สถานประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี ก็สามารถเข้าไปใช้บริการได้ ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบที่มีอายุตั้งแต่ 16 ขึ้นไป มักจะไปร่วมร้องคาราโอเกะกับเพื่อน นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงสถานภาพสมรสของผู้ใช้คาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบร่วมกับผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ จะปรากฏผลดังตารางที่ 53 , 54 และ 55

ตารางที่53ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	โสด (N=58)		แต่งงาน (N=37)		อื่นๆ (N=3)		ไม่ระบุ	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คนเดียว	1	1.7	2	5.4	1	33.3	-	-
เพื่อน	46	79.3	30	81.1	2	66.7	-	-
ครอบครัว	10	17.2	4	10.8	-	-	-	-
ลูกค้า	1	1.7	1	2.7	-	-	-	-
รวม	58	100	37	100	3	100	-	-

ตารางที่54ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	โสด (N=157)		แต่งงาน (N=50)		อื่นๆ (N=2)		ไม่ระบุ (N=1)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คนเดียว	1	0.6	-	-	-	-	-	-
เพื่อน	130	82.8	43	84.3	2	100	-	-
ครอบครัว	25	15.9	7	13.7	-	-	1	100
ลูกค้า	1	0.6	-	-	-	-	-	-
รวม	157	100	50	100	2	100	1	100

ตารางที่ 55 ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะและคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะ	โสด (N=87)		แต่งงาน (N=4)		อื่นๆ (N=1)		ไม่ระบุ	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คนเดียว	7	8.0	-	-	-	-	-	-
เพื่อน	72	82.8	-	-	1	100	-	-
ครอบครัว	8	9.2	4	100	-	-	-	-
ลูกค้า	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	87	100	4	100	1	100	-	-

จากตารางที่ 53,54และ 55 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ ไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพใดก็มักนิยมที่จะไปคาราโอเกะกับเพื่อน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่อยู่ในสถานภาพที่สมรสแล้วเลือกไปคาราโอเกะบ็อกส์กับครอบครัว ซึ่งอาจจะสันนิษฐานได้ว่า การไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ของผู้ที่สมรสแล้ว เป็นไปในลักษณะของการพาบุตรหลานไปร้องคาราโอเกะนั่นเอง

สำหรับวาระโอกาสที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะจะไปใช้บริการคาราโอเกะนั้น มีหลากหลายโอกาส เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูง งานวันเกิด งานเลี้ยงรุ่น ฉลองปิดภาคการศึกษา หรือหลังสอบเสร็จ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าการไปใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัว ในวาระโอกาสดังที่ได้กล่าวมา มีลักษณะร่วมที่มีความเหมือนกัน ซึ่งพอจะแยกได้ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการใช้กิจกรรมคาราโอเกะขณะที่มีการรวมตัวกันของคนจำนวนมากในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยงรุ่น งานวันเกิด ส่วนประการที่ 2 คือ เป็นการเฉลิมฉลองหลังจากที่ได้ผ่านภาวะที่กดดัน เช่น หลังการสอบ แต่สำหรับการเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น นอกจากโอกาสพิเศษดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ยังเข้าไปใช้คาราโอเกะบ็อกส์ทุกเวลาที่ต้องการ โดยไม่ต้องมีโอกาสพิเศษด้วย เช่น เข้าไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์หลังจากซื้อของที่ห้างสรรพสินค้า ระหว่างรอดูภาพยนตร์

7. กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะ

ตารางที่ 56 กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

กิจกรรมขณะใช้คาราโอเกะ (ตอบมากกว่า1ข้อ)	คาราโอเกะห้องรวม (N=240)	
	จำนวน	%
รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	83	34.6
ร้องเพลง	71	29.6
พูดคุยกับผู้ที่มาด้วย	57	23.8
แสดงท่าทางประกอบ(เต้น)	14	5.8
พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	13	5.4
อื่นๆ	2	0.8
รวม	240	100

จากตารางที่ 56 พบว่า การรับประทานอาหารเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมกระทำมากที่สุด ถึงร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ การร้องเพลง และการพูดคุยกับผู้ที่มาด้วย คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ 23.8 ตามลำดับ สำหรับการแสดงท่าทางประกอบและการพยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นในขณะใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้นไม่ได้รับความนิยม โดยมีผู้ที่เลือกปัจจัยดังกล่าวเพียงร้อยละ 5.8 และ 5.4 เท่านั้น

ตารางที่ 57 กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

กิจกรรมขณะใช้คาราโอเกะ (ตอบมากกว่า1ข้อ)	คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=580)	
	จำนวน	%
ร้องเพลง	187	32.2
รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	152	26.2
พูดคุยกับผู้ที่มาด้วย	140	24.1
แสดงท่าทางประกอบ(เต้น)	83	14.3
พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	11	2.0
อื่นๆ	7	1.2
รวม	580	100

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกกิจกรรมการร้องเพลงเป็นกิจกรรมที่ทำมากที่สุดในขณะใช้บริการคาราโอเกะคิดเป็นร้อยละ 32.2 และเลือกการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มและการพูดคุยเป็นกิจกรรมรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 26.2 และ 24.1 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกกิจกรรมการแสดงท่าทางประกอบในขณะใช้บริการคาราโอเกะมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ตารางที่ 58 กิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะ ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

กิจกรรมขณะใช้คาราโอเกะ (ตอบมากกว่า1ข้อ)	คาราโอเกะบ็อกส์ (N=189)	
	จำนวน	%
ร้องเพลง	84	44.4
พูดคุยกับผู้ที่มาด้วย	59	31.2
แสดงท่าทางประกอบ(เต้น)	33	17.5
รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	11	5.8
พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	2	1.1
อื่นๆ	-	-
รวม	189	100

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ร้อยละ 44.4 เลือกการร้องเพลงเป็นกิจกรรมที่ทำมากที่สุดขณะใช้บริการคาราโอเกะ รองลงมาคือ การพูดคุยกับผู้ที่มาด้วย คิดเป็นร้อยละ 31.2 และการแสดงท่าทางประกอบ ร้อยละ 17.5 โดยพบว่ามีผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพียงร้อยละ 1.1 เท่านั้นที่พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น

จากตารางที่ 56,57 และ58 จะเห็นได้ว่า กิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแต่ละรูปแบบกระทำขณะใช้บริการคาราโอเกะนั้น มีความสอดคล้องกับการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมซึ่งให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารเป็นกิจ-กรรมหลักในขณะใช้บริการคาราโอเกะ เลือกที่จะไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร (จากตารางที่ 23) และจะเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีบริการดี นอกจากนี้ยังพบว่ามีจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่เลือกปัจจัยด้านรสชาติของอาหารมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ (จากตารางที่ 33) ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ซึ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมร้องเพลงมากที่สุดในขณะที่ใช้บริการคาราโอเกะ ดังนั้นผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว จึงเลือกสถานประกอบการคาราโอ

เกะโดยเฉพาะ (จากตารางที่ 24) โดยที่จะเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีความทันสมัยของเพลงและอุปกรณ์เป็นหลัก (จากตารางที่ 34) สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น เลือกกิจกรรมร้องเพลงเป็นกิจกรรมหลักในขณะใช้บริการคาราโอเกะ ดังนั้น ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์จึงเลือกลักษณะของตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่มีเพลงใหม่ๆ เป็นสำคัญ (จากตารางที่ 25)

นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมการแสดงท่าทางประกอบหรือการเต้นนั้น ไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม โดยมีจำนวนเพียง ร้อยละ 5.8 ต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์ ที่มีผู้ที่เลือกกิจกรรมดังกล่าวถึงร้อยละ 14.3 และร้อยละ 17.5 ตามลำดับ จากข้อมูลด้านพฤติกรรมดังกล่าว สอดคล้องกับทฤษฎีแรงขับของซาจองค์ Zajonc (1965) ซึ่งตั้งข้อสังเกตว่า การที่มีผู้อื่นอยู่ด้วยในสถานที่นั้นๆเป็นการเอื้อต่อการตอบสนองที่เด่น ซึ่งก็คือทำสิ่งที่เราได้เรียนรู้มาเป็นอย่างดีและง่ายสำหรับเรา และเป็นอุปสรรคต่อการตอบสนองที่ไม่เด่น ซึ่งก็คือ การทำสิ่งที่ยากและยังเรียนรู้ได้ไม่ดี และด้วยคุณลักษณะของห้องคาราโอเกะแบบส่วนตัว ซึ่งเป็นห้องที่ปิดมิดชิด ส่วนลักษณะของตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้ก็มักเป็นตู้ที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เป็นที่สังเกต และเป็นตู้ที่มีกระจกสีชา ดังนั้นภายในห้องจะมีเฉพาะผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกันเท่านั้น ทำให้คาราโอเกะทั้ง 2 รูปแบบไม่มีการปรากฏอยู่ของผู้อื่นซึ่งต่างจากคาราโอเกะแบบห้องรวม ดังนั้นผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์จึงสามารถแสดงพฤติกรรมที่ทั้งเด่นและไม่เด่นได้อย่างเต็มที่ เช่น การเลือกเพลง และการแสดงท่าทางประกอบ ตามหลักทฤษฎีแรงขับของ Zajonc ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวก็ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เวสติน Westin (1970) เรื่องหน้าที่ของความเป็นส่วนตัว ในด้านการปลดปล่อยทางอารมณ์ ซึ่งเสนอว่า เมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะเป็นส่วนตัว อาจมีพฤติกรรมซึ่งปกติมักหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดในที่สาธารณะหรือต่อหน้าบุคคลอื่นได้ นอกจากนี้ พบว่าร้อยละ 5.4 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมมีการพยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวและคาราโอเกะบ็อกส์อย่างเห็นได้ชัด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 59 ค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

ค่าใช้จ่าย	คาราโอเกะห้องรวม (N=98)		คาราโอเกะห้องส่วนตัว (N=210)		คาราโอเกะบ็อกส์ (N=92)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 200 บาท	42	42.9	93	44.3	83	90.2
200-500 บาท	28	28.6	75	35.7	1	1.1
501 บาทขึ้นไป	4	4.1	19	9.0	-	-
ไม่ระบุ	24	24.5	23	11.0	8	8.7
รวม	98	100	210	100	92	100

จากตารางที่ 59 พบว่า มีจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะแต่ละครั้งต่ำกว่า 200 บาท ถึงร้อยละ 90.2 ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมร้อยละ 42.9 เสียค่าใช้จ่ายในการไปคาราโอเกะแต่ละครั้งต่ำกว่า 200 บาท และมีผู้ใช้บริการที่เสียค่าใช้จ่าย 200 – 500 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 28.6 ส่วนผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายเกินครั้งละ 500 บาทต่อครั้งมีเพียงร้อยละ 4.1 เท่านั้น สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวร้อยละ 44.3 เสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 200 บาทต่อครั้ง และอีกร้อยละ 44.7 เป็นผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายเกิน 200 บาทต่อครั้ง โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายครั้งละ 200 -500 บาท ร้อยละ 35.7 และอีกร้อยละ 9 เป็นผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายเกิน 500 บาท

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเกินครึ่ง เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว พบว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการต่ำกว่า 200 บาทต่อครั้ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเสียค่าใช้จ่ายเกิน 200 บาท แต่พบว่า เกือบร้อยละ10 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเป็นผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งเกิน 500 บาท สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 90 เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท

เมื่อพิจารณาเรื่องค่าใช้จ่ายร่วมกับคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะได้ดังตารางที่ 60 , 61 และ 62

ตารางที่ 60 ค่าใช้จ่ายและคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ค่าใช้จ่าย	ต่ำกว่า 5,000 (N=18)		5,000 -10,000 (N=30)		10,001 -15,000 (N=16)		15,001- 20,000 (N=10)		20,000 ขึ้นไป (N=24)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 200 บาท	6	33.3	3	10.0	3	18.8	2	20.0	1	4.2
200-500 บาท	5	27.8	20	66.7	11	68.8	5	50.0	14	58.3
501 บาท ขึ้นไป	-	-	1	3.3	-	-	1	10.0	2	8.3
ไม่ระบุ	7	38.9	6	20.0	2	12.5	2	20.0	7	29.2
รวม	18	100	30	100	16	100	10	100	24	100

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ย มากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จะเสียค่าใช้จ่ายครั้งละ 200-500 บาท

ตารางที่ 61 ค่าใช้จ่ายและคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ค่าใช้จ่าย	ต่ำกว่า 5,000 (N=37)		5,000 -10,000 (N=54)		10,001 -15,000 (N=37)		15,001- 20,000 (N=26)		20,000 ขึ้นไป (N=56)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 200 บาท	16	43.2	8	14.8	5	13.5	6	23.1	7	12.5
200-500 บาท	13	35.1	41	75.9	28	75.7	13	50.0	31	55.4
501 บาท ขึ้นไป	2	5.4	3	5.6	2	5.4	3	11.5	9	16.1
ไม่ระบุ	6	16.2	2	3.7	2	5.4	4	15.4	9	16.1
รวม	37	100	54	100	37	100	26	100	56	100

จากตารางที่ 61 พบว่า ครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายเกิน 200 บาท และสำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่มีรายได้เกิน 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่จะเสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการต่อครั้ง 200-500 บาท

ตารางที่ 62 ค่าใช้จ่ายและคุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์

ค่าใช้จ่าย	ต่ำกว่า 5,000 (N=67)		5,000 -10,000 (N=20)		10,001 -15,000 (N=1)		15,001- 20,000 (N=1)		20,000 ขึ้นไป (N=3)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 200 บาท	59	88.1	17	85.0	1	100	1	100	3	100
200-500 บาท	2	3.0	1	5.0	-	-	-	-	-	-
501 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่ระบุ	6	9.0	2	10.0	-	-	-	-	-	-
รวม	67	100	20	100	1	100	1	100	3	100

จากตารางที่ 62 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น ไม่ว่าจะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท หรือมากกว่า 5,000 บาท ก็เสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาททั้งสิ้น กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มักจะเสียค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท จะเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ตั้งแต่ 200 บาทขึ้นไป ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ถึงกว่าร้อยละ 90 เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะ

9. ข้อดีและข้อเสียของคาราโอเกะแต่ละรูปแบบ

ข้อดีและข้อเสียของห้องคาราโอเกะในแต่ละรูปแบบ แบ่งออกได้ดังนี้

9.1 คาราโอเกะแบบห้องรวม

9.1.1 ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวม

ตารางที่ 63 แสดงลำดับข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวม

ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวม	อันดับ
ค่าใช้จ่ายไม่สูง	อันดับที่ 1
ไม่จำกัดระยะเวลา	อันดับที่ 2
สถานที่กว้างขวาง	อันดับที่ 3

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ที่เลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม เห็นว่า ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงเป็นข้อดีอันดับแรกที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกใช้คาราโอเกะห้องรวม และการที่คาราโอเกะ

แบบห้องรวมไม่จำกัดระยะเวลาในการใช้บริการและมีสถานที่กว้างขวาง ก็ถือเป็นข้อดีในอันดับที่2 และ3 ตามลำดับ ส่วนข้อดีอื่นๆ ได้แก่ วิธีการเลือกเพลงไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้ยังได้ฟังคนอื่นร้องเพลง และรู้สึกสนุกสนานเมื่อมีผู้ใช้บริการท่านอื่นร่วมร้องเพลงด้วย

9.1.2 ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องรวม

ตารางที่ 64 แสดงลำดับข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องรวม

ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องรวม	ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวม	ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว	ผู้ใช้คาราโอเกะบ็อกส์
ไม่มีความเป็นส่วนตัว	อันดับที่ 1	อันดับที่ 1	อันดับที่ 1
ต้องรอคิวนาน	อันดับที่ 2	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
แสดงออก (ร้องเพลง/เต้น)ได้ไม่เต็มที่	อันดับที่ 3	อันดับที่ 3	อันดับที่ 2

จากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม และผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เห็นว่า ข้อเสียอันดับแรกของคาราโอเกะแบบห้องรวม คือ ไม่มีความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ การที่ต้องรอคิวในการร้องเพลงเป็นเวลานานเป็นอันดับ 2 และข้อเสียเรื่องการไม่สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่เป็นอันดับ 3 ส่วนผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เห็นว่า การที่ไม่มีความเป็นส่วนตัวเป็นข้อเสียอันดับแรก รองลงมาคือการที่ไม่สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่และการที่ต้องรอคิวที่จะร้องเพลงนาน ถือว่าเป็นข้อเสียในอันดับที่ 2 และ 3 ตามลำดับ สำหรับข้อเสียอื่นๆ ของคาราโอเกะแบบห้องรวม คือ ต้องระวังการเลือกเพลงไม่ให้ซ้ำกับแขกโต๊ะอื่นๆ เพลงและสมุดเพลงมีน้อย และเรื่องของความปลอดภัย โดยเฉพาะเมื่อมีผู้ใช้บริการท่านอื่นที่อยู่ในอาการเมาหรือการมีเรื่องทะเลาะวิวาทกันในสถานประกอบการคาราโอเกะ

9.2 คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

9.2.1 ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ตารางที่ 65 แสดงลำดับข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว	อันดับ
มีความเป็นส่วนตัว	อันดับที่ 1
ร้องเพลงและเต้นได้อย่างเต็มที่	อันดับที่ 2
ไม่ต้องรอคิว	อันดับที่ 3

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเห็นว่า ข้อดีอันดับแรกของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวคือ มีความเป็นส่วนตัว อันดับที่ 2 คือสามารถที่จะแสดงออกทั้งการร้องเพลงและการเต้นได้อย่างเต็มที่ และอันดับที่ 3 คือ ไม่ต้องเสียเวลาในการรอคิวร้องเพลง ส่วนข้อดีอื่นๆ คือ ปลอดภัย

9.2.2 ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ตารางที่ 66 แสดงลำดับข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว	ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวม	ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว	ผู้ใช้คาราโอเกะบ็อกส์
ค่าใช้จ่ายสูง	อันดับที่ 1	อันดับที่ 1	อันดับที่ 1
สถานที่คับแคบ	อันดับที่ 2	อันดับที่ 2	อันดับที่ 2
ไม่ได้ฝึกความกล้าแสดงออก		อันดับที่ 3	
ไม่มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น	อันดับที่ 3		อันดับที่ 3

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบเห็นว่า ค่าใช้จ่ายที่สูงในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเป็นข้อเสียอันดับแรก และสถานที่คับแคบเป็นข้อเสียอันดับที่ 2 ส่วนข้อเสียอันดับที่ 3 นั้น ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะบ็อกส์ เลือกข้อเสียที่คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวทำให้ไม่มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น ในขณะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเอง มองว่า ข้อเสียอันดับที่ 3 คือ การที่ไม่มีโอกาสได้ฝึกความกล้าแสดงออก ส่วนข้อเสียอื่นๆ ของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว คือ การให้บริการที่ไม่ทั่วถึง ไม่ค่อยมีห้องว่างทำให้ต้องจองห้องล่วงหน้า และในการไปใช้บริการแต่ละครั้งจำเป็นต้องชวนผู้ที่จะร่วมไปด้วยเป็นจำนวนมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

9.3 **คาราโอเกะบ็อกส์**

9.3.1 ข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์

ตารางที่ 67 แสดงลำดับข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์

ข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์	อันดับ
ค่าใช้จ่ายไม่สูง	อันดับที่ 1
มีความเป็นส่วนตัว	อันดับที่ 2
สถานที่สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ	อันดับที่ 3
ฆ่าเวลาระหว่างรอทำกิจกรรมอื่น	อันดับที่ 3

จากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ เห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่ไม่สูงนั้นเป็นข้อดีอันดับแรกของคาราโอเกะบ็อกส์ รองลงมาคือมีความเป็นส่วนตัว ส่วนข้อดีอันดับที่ 3 คือ สถานที่ตั้งของคาราโอเกะบ็อกส์นั้นสะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการและเป็นกิจกรรมที่ใช้เพื่อฆ่าเวลาระหว่างรอทำกิจกรรมอื่นได้เป็นอย่างดี

9.3.2 ข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์

ตารางที่ 68 แสดงลำดับข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์

ข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์	ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวม	ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว	ผู้ใช้คาราโอเกะบ็อกส์
สถานที่คับแคบ	อันดับที่ 1	อันดับที่ 1	อันดับที่ 1
คุณภาพเสียงไม่ดี	อันดับที่ 2	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
จุคนได้จำนวนน้อย	อันดับที่ 3	อันดับที่ 3	อันดับที่ 2
ลักษณะตู้ที่โปร่งใส		อันดับที่ 3	

ข้อเสียอันดับแรกของคาราโอเกะบ็อกส์ที่ผู้ใช้คาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบมีความเห็นตรงกัน คือ สถานที่คับแคบ ผู้ใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมเห็นว่า คุณภาพเสียงที่ไม่ดี และตู้คาราโอเกะบ็อกส์จุคนได้จำนวนน้อย เป็นข้อเสียในอันดับที่ 2 และ 3 ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเห็นว่าคุณภาพเสียงที่ไม่ดีเป็นข้อเสียอันดับที่ 2 ส่วนลักษณะของตู้ที่จุคนได้น้อยและลักษณะตู้ที่โปร่งใสเป็นข้อเสียในอันดับที่ 3 สำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เอง เห็นว่า ข้อเสียอันดับ 2 และ 3 ของคาราโอเกะบ็อกส์ คือ การที่ตู้คาราโอเกะบ็อกส์จุคนได้จำนวนน้อยและคุณภาพเสียงที่ไม่ดี ตามลำดับ

ข้อเสียอื่นๆ ของคาราโอเกะบ็อกส์คือ ไม่สามารถนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปรับประทานได้ มีจำนวนเพลงให้เลือกน้อยและไม่ทันสมัย อากาศไม่ถ่ายเท และไม่อนุญาติให้ผู้ที่ใส่ชุดนักเรียนเข้าใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีข้อเสียเรื่องอุปกรณ์ที่ไม่สะอาด อาจจะทำให้เกิดโรคติดต่อได้

กล่าวโดยสรุปคือ ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวมได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง ไม่จำกัดระยะเวลาในการใช้บริการและมีสถานที่กว้างขวาง ส่วนข้อเสียได้แก่ ไม่มีความเป็นส่วนตัว ผู้ใช้บริการต้องรอคิวที่จะร้องเพลงนาน และไม่สามารถแสดงออก (การร้องเพลงและการเต้น) ได้อย่างเต็มที่

ข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวได้แก่ มีความเป็นส่วนตัวสูงสามารถที่จะแสดงออกทั้งการร้องและการเต้นได้อย่างเต็มที่ และยังไม่ต้องรอคิวในการร้องเพลงด้วย ส่วนข้อเสีย คือค่าใช้จ่ายในการใช้บริการค่อนข้างสูง สถานที่คับแคบ ไม่ได้ฝึกความกล้าแสดงออก และโดยลักษณะของสถานที่ทำให้ไม่มีโอกาสที่จะทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น

ข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์คือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง ค่อนข้างมีความเป็นส่วนตัว สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการและยังเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อฆ่าเวลาระหว่างรอทำกิจกรรมอื่นๆได้ ส่วนข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่มักมาจากลักษณะของตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่คับแคบทำให้จุคนได้จำนวนน้อย ลักษณะตู้ที่โปร่งใสและคุณภาพเสียงที่ไม่ดี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคาราโอเกะในแบบห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์

โดยยึดหลักแนวคิดตามทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล ทฤษฎีกลุ่มสังคม แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ทฤษฎีแรงขับ แนวคิดหน้าที่ของความเป็นส่วนตัว และแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต มีรูปแบบเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากแหล่งชุมชนต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกเพศทุกวัย ซึ่งในจำนวนนี้พบว่าเป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมร้อยละ 24.5 เป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ร้อยละ 52.5 และเป็นผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ร้อยละ 23

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการลงรหัสข้อมูล (coding) แล้วประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOW เพื่อทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์แบบร้อยละ และนำเสนอผลการวิจัยด้วยตารางแจกแจงความถี่แบบสองทาง (Crosstabulation Tables) และบรรยายข้อมูลเชิงพรรณนา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่า คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ อันได้แก่ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ มีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแต่ละคนมีการเลือกใช้คาราโอเกะหลากหลายรูปแบบ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบางคนอาจเคยใช้บริการคาราโอเกะเพียงรูปแบบเดียว ในขณะที่อีกหลายๆคนเคยใช้บริการคาราโอเกะสองถึงสามรูปแบบ แต่ทั้งนี้อาจมีความแตกต่างที่จำนวนครั้งหรือความบ่อยครั้งของการไปใช้คาราโอเกะแต่ละรูปแบบ และคาราโอเกะที่มีผู้นิยมไปใช้บริการมากที่สุด คือ คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัณฑิมา พิมพ์บรรเลง ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง“การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ที่นิยมเที่ยวสถานบริการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร” (2539) ซึ่งผลการวิจัยของกัณฑิมา พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะมีพฤติกรรมในการเลือกรูปแบบห้องที่ต่างกัน โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.5 นิยมเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ในขณะที่อีกร้อยละ 36.5 เลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเป็นรูปแบบคาราโอเกะที่กิจกรรมคาราโอเกะกระทำภายใต้บริบทของความเป็นส่วนตัว ภายในห้องที่ปิดอย่างมิดชิด ทำให้เป็นรูปแบบคาราโอเกะที่มีความเป็นส่วนตัวมากที่สุดเมื่อเทียบกับคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ คนเราโดยทั่วไป ต้องการมีความเป็นส่วนตัวด้วยกันทุกคน แต่อาจมีระดับของความต้องการที่แตกต่างกันไป และพฤติกรรมของคนเราในชีวิตประจำวันก็มักจะเกี่ยวข้องกับความต้องการความเป็นส่วนตัว การที่เราอยู่ในขอบเขตทางกายภาพที่ปิดมิดชิด มีผนังกั้นห้อง ประตู เป็นการกำหนดเขตเพื่อป้องกันการล่วงล้ำจากบุคคลอื่นๆหรือสิ่งอื่นที่อยู่นอกห้อง พฤติกรรมดังกล่าวเป็นรูปแบบของพฤติกรรมอย่างหนึ่งที่แสดงถึงความต้องการความเป็นส่วนตัว (วิมลสิทธิ์,2526) ดังนั้นการที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะโดยส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ก็เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการความเป็นส่วนตัว และความเป็นส่วนตัวนี่เองที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ อันได้แก่ ความรู้สึกปลอดภัย ตามทฤษฎีความต้องการมูลฐานของมนุษย์ทั้ง 6 ประการของมาสโลว์ (อ้างในวิมลสิทธิ์,2526)

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะมักจะไปใช้บริการคาราโอเกะในหลากหลายโอกาส เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูง งานวันเกิด งานเลี้ยงรุ่น ฉลองปิดภาคการศึกษา หรือหลังสอบเสร็จ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าการไปใช้คาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัว ในวาระโอกาสดังที่ได้กล่าวมา มี

ลักษณะร่วมที่มีความเหมือนกัน ซึ่งพอจะแยกได้ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการใช้กิจกรรมคาราโอเกะขณะที่มีการรวมตัวกันของคนจำนวนมากในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยงรุ่น งานวันเกิด ส่วนประการที่ 2 คือ เป็นการเฉลิมฉลองหลังจากที่ได้ผ่านภาวะที่กดดัน เช่น หลังการสอบ แต่สำหรับการเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นั้น นอกจากโอกาสพิเศษดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ยังเข้าไปใช้คาราโอเกะบ็อกส์ทุกเวลาที่ต้องการ โดยไม่ต้องมีโอกาสพิเศษ เช่น เข้าไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์หลังจากซื้อของที่ห้างสรรพสินค้า ระหว่างรอดูภาพยนตร์ หรือแม้กระทั่งหลังเลิกเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่วงเวลาที่เปิดให้บริการและสถานที่ตั้งของคาราโอเกะบ็อกส์ซึ่งมีอยู่ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้าทำให้เอื้อต่อการเข้าไปใช้บริการ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะจึงสามารถเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ได้ทุกเวลาตามที่ต้องการ

1. **คาราโอเกะแบบห้องรวม**

คาราโอเกะแบบห้องรวมเป็นรูปแบบของคาราโอเกะรูปแบบหนึ่งที่กิจกรรมการร้องคาราโอเกะกระทำภายใต้บริบทที่มีความเป็นสาธารณะ เนื่องจากภายในห้องคาราโอเกะแบบรวมจะมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก และมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มจะไม่รู้จักกัน ซึ่งการที่ผู้ใช้บริการเหล่านี้จะต้องใช้บริการและทำกิจกรรมต่างๆอยู่ภายในห้องเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลง การรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม การใช้จอคาราโอเกะและไมโครโฟนร่วมกัน ด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้การไปใช้บริการในห้องคาราโอเกะแบบรวมไม่มีความเป็นส่วนตัว แต่ในขณะเดียวกันกลับเป็นสถานที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการที่ไม่รู้จักกันได้มีโอกาสทำความรู้จักซึ่งกันและกัน ดังนั้นสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมจึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศชาย แต่ไม่ได้รับความนิยมในผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิง ทั้งนี้เพราะผู้ใช้บริการเพศชายมีการคำนึงถึงความต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นสูงกว่าเพศหญิง ในขณะที่ผู้ใช้บริการเพศหญิงส่วนใหญ่คำนึงถึงปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัวมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงส่วนใหญ่ยังคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัย และความคุ้นเคยกับสถานที่ ในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะมากกว่าเพศชาย และการที่ต้องอยู่ภายในห้องเดียวกันกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆที่ไม่รู้จัก ภายใต้สภาวะการณ์ที่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจสร้างความรู้สึกที่ไม่ปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิงได้

สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมจำนวนมากมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเพศชายเป็นหลัก โดยมีพนักงานหญิงไว้คอยบริการเป็นเพื่อนสนทนาหรือเพื่อนช่วยร้องเพลง กอรปกับมีการ

ติดตั้งกระจกทึบแสงบริเวณหน้าร้าน ทำให้สถานที่ดังกล่าวไม่เอื้อต่อการไปใช้บริการของผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิง เนื่องจากอาจทำให้ผู้ใช้บริการเพศหญิงที่เข้าไปใช้บริการในสถานประกอบการดังกล่าวมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีนัก นอกจากนี้สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมในไนท์คลับบางแห่งไม่อนุญาตให้ผู้ใช้บริการเพศหญิงเข้าไปใช้บริการ หรืออาจมีสถานประกอบการคาราโอเกะบางแห่งที่ให้ผู้ใช้บริการเพศหญิงสามารถเข้าไปใช้บริการได้แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่สูงกว่าปกติ และต้องมีผู้ใช้บริการเพศชายมาด้วย ดังนั้นด้วยลักษณะดังที่กล่าวมาแล้วนี้ จึงเป็นผลให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่มักเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เนื่องด้วยปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านความปลอดภัย

แต่สำหรับปัจจัยหลักในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คำนึงถึงเรื่องของการให้บริการที่ดี ราคาที่เป็นที่น่าพอใจ และต้องเป็นสถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ซึ่งใกล้เคียงกับผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2541) ซึ่งได้ทำการสำรวจ "พฤติกรรมการเที่ยวคาราโอเกะของคนเมืองหลวง" และพบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะจากสถานที่ตั้งโดยสถานประกอบการคาราโอเกะนั้นๆต้องอยู่ใกล้บ้าน บรรยากาศเป็นกันเอง เป็นที่กำลังอยู่ในความนิยม และ พนักงานให้การต้อนรับดี

นอกจากนี้ปัจจัยด้านราคา และค่าใช้จ่ายยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมด้วย เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้น ค่าใช้จ่ายหลักส่วนใหญ่มาจากค่าอาหารและเครื่องดื่มแต่เพียงอย่างเดียว แต่อาจมีค่าใช้จ่ายรอง อันได้แก่ ค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าบริการและที่เพิ่มเติมขึ้นมา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบางสถานที่ เช่น สถานประกอบการคาราโอเกะที่อยู่ในโรงแรม และไนท์คลับ นอกจากนี้อาจมีค่าตอบแทนพิเศษที่ให้แก่พนักงานหญิงที่ทำหน้าที่เป็นเพื่อนช่วยสนทนาหรือเพื่อนช่วยร้องเพลง ซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ถือเป็นค่าใช้จ่ายพิเศษขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายหลักอันเกิดจากการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วก็จะได้แก่ค่าอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น ซึ่งก็จะมีราคาไม่สูงมากนัก ทำให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งไม่เกิน 200 บาทต่อคน โดยพบว่าผู้ใช้บริการที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งเกิน 500 บาทมีจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าว นับว่าเป็นราคาที่ไม่สูงสำหรับผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน และค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงนี้เองที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกใช้บริการคาราโอเกะ

แบบห้องรวม ส่วนปัจจัยที่สำคัญรองลงมา คือ ปัจจัยเรื่องผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะด้วย ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมคาราโอเกะ อาจเรียกได้ว่าเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงคนเข้าสู่สังคมและเป็นสื่อที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ที่ไปด้วย ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ที่นิยมเที่ยวสถานบริการคาราโอเกะ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ของกัณฑิมา พิมพ์บรรเลง ซึ่งพบว่า การไปใช้สื่อคาราโอเกะนั้นมีความสัมพันธ์กับความต้องการสร้างมิตรภาพกับกลุ่มเพื่อนและช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นไปในทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยดังกล่าวยังเป็นปัจจัยสำคัญของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี ซึ่งให้เหตุผลที่เลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม เพราะญาติและผู้ปกครองเป็นผู้ชักชวน โดยสังเกตได้จากครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่อายุต่ำกว่า 16 ปี เป็นผู้ที่ไปใช้บริการกับผู้ปกครอง (ครอบครัวและญาติ) ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ไปใช้บริการกับเพื่อน

คุณลักษณะด้านอายุก็เป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้ใช้คาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบ จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่ทำงานแล้ว ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นอาชีพที่มีช่วงเวลาในการทำงานที่ค่อนข้างแน่นอน เข้างานและเลิกงานเป็นเวลาและเวลาเลิกงานของข้าราชการและรัฐวิสาหกิจก็มักจะเร็วกว่าผู้ที่ทำงานในอาชีพอื่นๆ ทำให้ผู้ที่ประกอบอาชีพดังกล่าวมีเวลาว่างในช่วงหลังเลิกงานมากกว่าผู้ที่ทำงานในบริษัท นอกจากนี้ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ยังมีเวลาว่างในวันเสาร์และอาทิตย์อีกด้วย ต่างจากผู้ที่เป็นพนักงานบริษัท ซึ่งเลิกงานไม่เป็นเวลา บางครั้งอาจต้องทำงานล่วงเวลา และบางบริษัทยังเปิดทำงานในวันเสาร์อีกด้วย หรือผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวก็จำเป็นที่จะต้องดูแลกิจการตลอดเวลา เวลาว่างหลังจากช่วงเวลาทำการของกิจการก็มักจะหมดไปกับการติดต่อทางธุรกิจการค้า

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมีโอกาสที่จะใช้เวลาว่างในช่วงหลังเลิกงาน และเวลาว่างในวันเสาร์อาทิตย์ ในการนัดพบปะสังสรรค์และไปใช้บริการคาราโอเกะได้มากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยช่วงเวลาที่ผู้ไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม นิยมมากที่สุด คือช่วงเวลาหลังเลิกงาน ประมาณหกโมงเย็นเป็นต้นไป โดยในวันศุกร์และวันเสาร์เป็นวันที่มีจำนวนของผู้ไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดอันเนื่องมาจากการทำงาน ประกอบกับในวันถัดไป (วันเสาร์และวันอาทิตย์) เป็นวันหยุดของคนส่วนใหญ่ ทำให้ไม่จำเป็นที่จะต้องตื่นเช้าและเร่งรีบไปทำงาน และด้วยเหตุผลเดียวกันนี้สามารถอธิบายได้ว่า เหตุใดจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในวันอาทิตย์จึงมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับ

จำนวนของผู้ใช้บริการที่ไปใช้บริการในวันเสาร์ ทั้งๆที่ ทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์ต่างก็เป็นวันหยุดเช่นกัน นั่นเพราะวันถัดไปจากวันอาทิตย์ คือ วันจันทร์ ซึ่งเป็นวันเริ่มทำงานวันแรกของสัปดาห์นั่นเอง สำหรับความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ครึ่งหนึ่งของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเป็นผู้ที่ไปใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ไปใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง และใช้บริการมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อครั้ง

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่ นับได้ว่าเป็นกลุ่มคนซึ่งอยู่ในวัยทำงานตอนกลางและตอนปลาย มีหลักมีฐานมีหน้าที่การงาน มีภาระหน้าที่ที่ต้องดูแลรับผิดชอบค่อนข้างสูง (สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน,2526) และด้วยภาระหน้าที่ทางการงาน และความรับผิดชอบที่ต้องดูแล ทำให้การมาคาราโอเกะเป็นเสมือนการพักผ่อนคลายเครียดจากการทำงานและเป็นการนัดพบปะพูดคุยกับเพื่อนฝูง ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อาจไม่ได้สนใจที่จะร้องเพลงมากนัก และก็ไม่ได้สนใจที่จะฟังผู้อื่นร้องเพลงด้วยเช่นกัน แต่การมาสถานประกอบการคาราโอเกะนั้นเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มพร้อมๆไปกับการพบปะสังสรรค์และพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน โดยอาศัยการร้องเพลงคาราโอเกะเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความบันเทิง

ดังนั้นจะสังเกตได้ว่าสถานประกอบการคาราโอเกะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนิยม จึงเป็นสถานประกอบการคาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในร้านอาหาร และโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะเลือกไปกับเพื่อน และเมื่อทำการวิจัยถึงกิจกรรมขณะใช้บริการคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมก็พบว่ากิจกรรมหลักของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือการร้องเพลงและพูดคุยกับผู้ที่มาด้วย ส่วนการเต้นประกอบเพลงและการทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นนั้น เป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบรวมไม่นิยม

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ งานวิจัยทางการตลาดของ สมาคมผู้บริหารกิจการคาราโอเกะของญี่ปุ่น (All Japan Association of Karaoke Entrepreneurs : Zenkoku Karaoke Jigyosha Kyokai) หรือ ZKJK ในปี 1996 โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่อยู่ในวัยกลางคนหรือวัยทำงานนั้น นิยมไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผู้ที่อยู่ในวัยทำงานเหล่านี้จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงตอนเย็นหลังเลิกงานกับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เพื่อคลายความตึงเครียด โดยกิจกรรมที่ทำขณะใช้บริการคาราโอเกะคือ การรับประทานอาหาร ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และร้องเพลง และถึงแม้ว่าภายในห้องคาราโอเกะแบบรวมจะมีผู้ใช้บริการกลุ่มอื่นๆด้วย แต่ขณะที่ผู้ใช้บริการกลุ่มหนึ่งร้องเพลงอยู่ ผู้ใช้บริการอีกกลุ่มก็มักจะไม่ได้ให้สนใจหรือตั้งใจฟังเท่าใดนัก นอกจากนี้การที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะ

แต่ละกลุ่มหรือแต่ละคนจะพยายามทำความรู้จักกันภายในสถานประกอบการคาราโอเกะนั้น มีน้อยมากหรือแทบจะไม่ปรากฏให้เห็นเลย

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม นิยมร้องเพลงไทยสากล เพลงไทยลูกทุ่งและเพลงสากลตามลำดับ โดยในการเลือกเพลงจะเลือกเพลงที่ร้องได้ดีเป็นสำคัญ เนื่องจากการที่ต้องร้องเพลงในสถานที่ที่มีผู้อื่นฟังอยู่ด้วยจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง โดยการเลือกเพลงที่สามารถร้องได้ดี ซึ่งตรงกับทฤษฎีแรงขับของ Zajonc (1965) ที่ว่า การปรากฏอยู่ของผู้อื่นบางครั้งเอื้อและบางครั้งเป็นอุปสรรคต่อการกระทำของปัจเจกบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับการกระทำตามลำพัง เขาได้เสนอว่า เพียงแต่การปรากฏอยู่ของผู้อื่นก็ได้กระตุ้นให้เกิดผลตามมา นั่นคือ กลุ่มผู้ดูกระตุ้นแรงขับ แรงขับนี้มีผลต่อการหนุนการตอบสนองที่เด่น (การตอบสนองที่ง่ายและได้เรียนรู้เป็นอย่างดี) นอกจากจะเลือกร้องเพลงที่สามารถร้องได้ดีแล้ว ประเภทของเพลงที่ผู้ใช้บริการแบบห้องรวมนิยมเลือกร้องได้แก่ เพลงร่วมสมัย ซึ่งมีความสอดคล้องกับช่วงอายุของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมส่วนใหญ่ที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักทฤษฎีการเลือกรับสารที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกรับสารตามความสนใจและความต้องการที่สอดคล้องกับวัยวุฒิ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกของตนเอง ฉะนั้นการที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมนิยมเลือกร้องเพลงร่วมสมัย เนื่องจากเพลงดังกล่าวเป็นเพลงที่ผู้ใช้บริการมีความคุ้นเคย มีความรู้ ความเข้าใจและรู้จักเป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ยังนิยมเลือกเพลงที่มีจังหวะช้ามากกว่าที่จะเลือกเพลงที่มีจังหวะเร็ว เนื่องจากเพลงช้าเป็นเพลงที่สามารถร้องตามได้ง่าย นั่นคือ ผู้ร้องสามารถที่จะอ่านเนื้อร้องของเพลงที่อยู่ด้านล่างจอคาราโอเกะได้ทันกับทำนองของเพลง (ในกรณีที่ผู้ร้องจำเนื้อร้องไม่ได้) ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างการร้องเพลงที่มีจังหวะช้าและการร้องเพลงที่มีจังหวะเร็ว เพราะถึงแม้ว่าการร้องคาราโอเกะจะมีเนื้อร้องอยู่ด้านล่างของจอคาราโอเกะก็ตาม แต่หากเพลงดังกล่าวมีจังหวะเร็ว การขึ้นเนื้อเพลงในบางครั้งก็อาจไม่ทันกับทำนองเพลงที่ค่อนข้างเร็ว และอาจทำให้ผู้ร้องไม่สามารถร้องตามทำนองเพลงได้ทัน และด้วยพฤติกรรมการเลือกเพลงคาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ที่นิยมเลือกเพลงจังหวะช้ามากกว่าเพลงจังหวะเร็ว ทำให้กิจกรรมด้านการแสดงท่าทางประกอบ (เต้น) ไม่เป็นที่นิยมในขณะใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมตามไปด้วย หรือสามารถสันนิษฐานได้อีกนัยหนึ่งว่า การแสดงท่าทางประกอบอาจเป็นการตอบสนองที่ไม่เด่น นั่นคือเป็นสิ่งที่ไม่มีความชำนาญ หรือเป็นความสามารถที่ทำได้ไม่ดี เมื่อเทียบกับความสามารถในด้านอื่นๆ ทำให้ไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการ ซึ่ง Zajonc ได้กล่าวว่า การปรากฏอยู่ของผู้อื่นยังเป็นอุปสรรคต่อการตอบสนองที่ไม่เด่น (การตอบสนองที่ซับซ้อนและเรียนรู้ได้ไม่ดี) อีกด้วย

ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง ไม่จำกัดระยะเวลาในการใช้บริการ รวมทั้งสถานที่ที่กว้างขวาง ล้วนเป็นข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องรวมเมื่อเปรียบเทียบกับคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ นอกจากนี้การใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ยังทำให้ได้ฟังผู้ใช้บริการท่านอื่นร้องเพลง และยังได้รับความสนุกสนานร่วมกับผู้ใช้บริการท่านอื่น เมื่อมีการร้องเพลงร่วมกัน และวิธีการเลือกเพลงที่ไม่ยุ่งยาก เนื่องจากไม่ต้องใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ไม่ต้องใช้รีโมท หรือวิธีการที่ซับซ้อนในการเลือกหาเพลง เพียงแค่เขียนชื่อเพลงหรือรหัสเพลงซึ่งได้จากการเปิดดูจากสมุดเพลงของทางร้านลงบนกระดาษ แล้วให้พนักงานของร้านนำไปให้กับเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่เปิดเพลงเป็นผู้เปิดให้ ทำให้ผู้ใช้บริการไม่เกิดความสับสนหรือความลำบากใจในการเลือกเพลง นอกจากนี้สถานประกอบการคาราโอเกะบางแห่ง เช่น สถานประกอบการคาราโอเกะที่อยู่ในโรงแรมส่วนใหญ่ ยังมีพนักงานคอยช่วยร้องเพลงหรือเป็นลูกคู่ เพื่อทำให้เพลงที่ผู้ใช้บริการเลือกร้อง ไพเราะขึ้นด้วย

ข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องรวมที่สำคัญคือ ไม่มีความเป็นส่วนตัว เนื่องจากลักษณะการใช้ห้องคาราโอเกะที่ให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะทุกคนใช้ห้องร่วมกัน ซึ่งนอกจากจำนวนคนจะมีมากแล้ว ยังล้วนแต่เป็นผู้ที่ไม่รู้จักกันอีกด้วย ด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดข้อเสียที่ตามมา คือ ไม่สามารถที่จะแสดงออกได้อย่างเต็มที่ และข้อเสียที่สำคัญอีกประการหนึ่งของคาราโอเกะแบบห้องรวมคือ การที่ต้องรอคิวในการร้องเพลงเป็นเวลานาน เนื่องจากระบบการจัดคิวในการร้องเพลงของคาราโอเกะแบบห้องรวม เป็นระบบการเวียนไมโครโฟนไปตามโต๊ะของผู้ใช้บริการแต่ละโต๊ะ โดยในรอบหนึ่งๆผู้ใช้บริการจะได้ร้อง 2-3 เพลงต่อโต๊ะ ฉะนั้นหากในวันและเวลาใดที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก การเวียนไมโครโฟนแต่ละรอบก็จะใช้เวลานาน ทำให้ผู้ใช้บริการต้องเสียเวลาในการรอที่จะร้องเพลงในแต่ละครั้งเป็นเวลานานมากขึ้นด้วย

2. **คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว**

คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว เป็นรูปแบบคาราโอเกะที่มีความเป็นส่วนตัวมากที่สุด เนื่องด้วยลักษณะการจัดพื้นที่ที่เป็นสัดเป็นส่วนอย่างชัดเจน มีผนังและประตูกั้นห้องคาราโอเกะแต่ละห้องออกจากกัน และแต่ละห้องจะถูกปิดอย่างมิดชิดเพื่อป้องกันการรบกวนจากบุคคลภายนอก ดังนั้นภายในห้องจะมีเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มาด้วยกันเท่านั้น ผู้ใช้บริการภายในห้องล้วนเป็นบุคคลที่รู้จักกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง มีความเป็นส่วนตัว และรู้สึกปลอดภัยในขณะใช้บริการ ดังนั้นคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวจึงเป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการเพศหญิงมากกว่าคาราโอเกะแบบห้องรวม สังเกตได้จากจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่เป็นเพศหญิงมีมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเพศหญิง และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการเลือกรูปแบบ

คาราโอเกะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว พบว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวทั้งเพศหญิงและเพศชายนั้น ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ และมีความต้องการทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นน้อยกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ เช่นกัน

และด้วยลักษณะประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกใช้นั้น เป็นประเภทสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ ซึ่งลักษณะปัจจุบันของสถานประกอบการคาราโอเกะในประเภทดังกล่าว ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้เป็นสถานที่ร้องเพลงคาราโอเกะโดยเฉพาะ มีการตกแต่งร้านที่ค่อนข้างสว่าง และให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัย ซึ่งสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะบางแห่ง ยังให้บริการในช่วงเวลากลางวันอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้ใช้บริการเพศหญิงที่ไม่สะดวกที่จะไปใช้บริการตอนกลางคืนได้มีโอกาสร้องคาราโอเกะ โดยสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะที่มีลักษณะดังกล่าวเรียกว่า Green Karaoke (Make Money,2545) เช่น สถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น จะเห็นได้ว่าสถานประกอบการในลักษณะดังกล่าว มุ่งเน้นที่จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัย โดยใช้การตกแต่งสถานที่ การขยายเวลาในการให้บริการในช่วงกลางวัน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้จำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงที่เลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมีจำนวนมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะเพศหญิงที่เลือกใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเมื่อพิจารณาจากอายุแล้วก็นับได้ว่าช่วงวัยดังกล่าวเป็นวัยที่เพิ่งจบการศึกษาและเริ่มต้นทำงาน ดังนั้นจึงเป็นช่วงที่มักจะมีการนัดเลี้ยงรุ่น การนัดพบปะสังสรรค์กับเพื่อนสมัยเรียนบ่อยกว่าวัยอื่นๆ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก็ล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่ต้องการความเป็นส่วนตัวระหว่างกลุ่มเพื่อนด้วยกัน ผู้ใช้บริการคาราโอเกะกลุ่มดังกล่าวจึงเลือกรูปแบบของคาราโอเกะที่มีความเป็นส่วนตัวมากที่สุด นั่นคือ คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั่นเอง และถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวจะสูงกว่าคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ แต่เนื่องจากรายได้โดยเฉลี่ยของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่จะมีรายได้มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป ทำให้เรื่องของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการไม่เป็นปัญหาสำหรับกลุ่มคนดังกล่าว

ผู้ที่มาใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมักเป็นผู้ที่มีจุดประสงค์ในการมาคาราโอเกะเพื่อการร้องเพลงเป็นหลัก โดยจะเห็นได้จากกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

เลือกกระทำมากที่สุดคือ การร้องเพลง ต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม ซึ่งกิจกรรมที่ทำมากที่สุด คือการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นด้วยลักษณะการเลือกเพลงในห้องคาราโอเกะแบบส่วนตัวที่ผู้ใช้สามารถเลือกเพลงและร้องเพลงได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ใช้บริการได้ร้องเพลงอย่างเต็มที่ มากกว่าการไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมที่ผู้ใช้บริการต้องรอคิวที่จะได้ร้องเพลงเป็นเวลานาน จำนวนเพลงที่ได้ร้องจึงน้อยกว่าการร้องเพลงในห้องคาราโอเกะส่วนตัว

และการมาคาราโอเกะเพื่อการร้องเพลงของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนี้เอง เป็นเหตุผลนำไปสู่การเลือกประเภทของสถานประกอบการคาราโอเกะและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่จะเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะ ทั้งนี้เนื่องมาจากสถานประกอบการคาราโอเกะประเภทดังกล่าวจะให้ความสำคัญกับเรื่องของเพลงที่จะใช้ในการร้องคาราโอเกะโดยเฉพาะ ต่างจากสถานประกอบการคาราโอเกะประเภทอื่นๆ ที่อาจจะเน้นเรื่องอาหาร เรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แตกต่างกันไป เพลงที่มีในสถานประกอบการคาราโอเกะโดยเฉพาะจะมีความทันสมัยและมีจำนวนมากกว่าสถานประกอบการคาราโอเกะประเภทอื่นๆ โดยผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวจะเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะที่มีเพลงและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งอุปกรณ์ที่ทันสมัยนี้เองที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการค้นหาเพลง และสามารถหาเพลงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งนั่นหมายถึงการที่ผู้ใช้บริการสามารถลดระยะเวลาในการหาเพลง เพื่อที่จะได้เพิ่มเวลาในการร้องเพลงให้มากขึ้น ซึ่งรูปแบบของอุปกรณ์การค้นหาเพลงของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่มีให้บริการอยู่ในปัจจุบัน เช่น การใช้รีโมทคอนโทรลกดรหัสเพลง หรือการเลือกเพลงจากคอมพิวเตอร์ซึ่งต่อพ่วงกับจอคาราโอเกะ เป็นต้น

ส่วนปัจจัยที่สำคัญในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่ควบคู่มากับความทันสมัยของอุปกรณ์ นั่นคือความทันสมัยของเพลงที่มีอยู่ในสถานประกอบการ เหตุที่ทำให้ความทันสมัยของเพลงกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่ที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26-35 ปี เป็นวัยที่เพิ่งจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยและอยู่ในวัยทำงานตอนต้น ซึ่งเป็นช่วงระหว่างวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ จากทฤษฎีกลุ่มสังคม พบว่า ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นนั้นนิยมฟังเพลงสมัยใหม่ และมักทำอะไรตามสมัยนิยม ฉะนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่ความสนใจในด้านต่างๆของผู้ใช้บริการในช่วงอายุดังกล่าวจะยังคงใกล้เคียงกับความสนใจของกลุ่มวัยรุ่น ฉะนั้นผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่ จึงยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องความทันสมัยของเพลงเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะ ซึ่งเมื่อวิจัยถึงเกณฑ์ในการเลือกเพลง ก็พบว่า ผู้ใช้บริการมักจะเลือกเพลงที่ร้องได้ดี

เพลงที่มีเนื้อหาตรงใจและเพลงที่ทันสมัย โดยพบว่าเพลงที่มีจังหวะเร็วจะถูกเลือกเป็นเกณฑ์ที่รองลงมา ในด้านประเภทของเพลงนั้น พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะนิยมเลือกร้องเพลงไทยสากล มากที่สุด ลักษณะดังที่ได้กล่าวมา มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ธิดา เภกะนันทน์ ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ” (2541) โดยพบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมักจะมีการเตรียมตัวก่อนไปร้องคาราโอเกะ โดยการฟังเพลงใหม่ๆ จากเทปและวิทยุ เพื่อความทันสมัย และจะมีการอ้างถึงชื่อเพลงที่เป็นที่นิยมในขณะใช้บริการคาราโอเกะ เพื่อเป็นการแสดงออกว่าผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่เอาใจใส่ต่อวงการเพลง นอกจากนี้ผลการวิจัยของทิพย์ธิดายังพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น จะเลือกเพลงที่สอดคล้องกับอารมณ์ของตัวเองและของผู้ที่มาด้วย โดยเน้นเพลงที่มีเนื้อหาถูกใจ และเพลงตามความนิยม เมื่อทำการพิจารณาตารางแสดงรายชื่อเพลงที่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยดังกล่าวได้เลือกร้องขณะใช้บริการคาราโอเกะ พบว่า เพลงประเภทเพลงไทยสากลเป็นเพลงที่ได้รับการเลือกมากที่สุด

นอกจากกิจกรรมการร้องเพลงจะเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกกระทำมากที่สุดแล้ว ยังพบว่า จำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่เลือกกิจกรรมการแสดงท่าทางประกอบขณะใช้บริการคาราโอเกะนั้นยังมีเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก คุณลักษณะของห้องคาราโอเกะแบบส่วนตัว ซึ่งเป็นห้องที่ปิดมิดชิดและภายในห้องก็มีเฉพาะผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกันเท่านั้น ทำให้ไม่มีการปรากฏอยู่ของผู้อื่น ตามหลักทฤษฎีแรงขับของ Zajonc ผู้ใช้บริการจึงสามารถแสดงพฤติกรรมที่ทั้งเด่นและไม่เด่นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เวสติน Westin (1970) ด้านหน้าที่ของความเป็นส่วนตัว ในด้านการปลดปล่อยทางอารมณ์ ซึ่งเสนอว่า เมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะเป็นส่วนตัว อาจมีพฤติกรรมซึ่งปกติมักหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดในที่สาธารณะหรือต่อหน้าบุคคลอื่นได้

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และมักนิยมไปใช้บริการกับกลุ่มเพื่อน ส่วนช่วงเวลาที่ใช้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเลือกใช้บริการ คือ ช่วงเวลาหลัง 18.00 น.ของวันศุกร์และวันเสาร์ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน โดยในการไปใช้บริการแต่ละครั้งจะใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมง แต่จะไปใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง

สำหรับข้อดีของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวนั้น คือ ความเป็นส่วนตัว และสามารถที่จะแสดงออกทั้งการร้องเพลงและการเต้นได้อย่างเต็มที่โดยไม่เขินอาย เพราะด้วยลักษณะการแบ่งห้องที่เป็นสัดเป็นส่วนอย่างชัดเจน ไม่มีผู้อื่นรบกวน ส่วนข้อดีอีกประการหนึ่งคือไม่ต้องเสียเวลารอคิวร้องเพลง ซึ่งจากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น แสดงให้

เห็นว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่มาใช้บริการคาราโอเกะนั้นมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ความต้องการร้องเพลง และเมื่อการที่ไม่ต้องเสียเวลาในการรอคิวเพลงหมายถึงการที่จะได้ร้องเพลงมากขึ้น ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นข้อดีอีกข้อหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกใช้คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

ส่วนข้อเสียของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว คือ ค่าใช้จ่ายที่สูงในการใช้บริการ เพราะนอกจากผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นค่าใช้จ่ายส่วนแรกแล้ว ผู้ใช้บริการยังมีค่าใช้จ่ายซึ่งคำนวณจากจำนวนชั่วโมงที่ใช้บริการอีกส่วนหนึ่งด้วย ซึ่งสถานประกอบการแต่ละแห่งก็จะมีวิธีการคำนวณค่าใช้จ่ายในส่วนที่ 2 นี้แตกต่างกัน เช่น สถานประกอบการบางแห่งอาจคิดตามจำนวนชั่วโมงที่ใช้บริการหรือบางแห่งอาจคิดเหมารวมทั้งคืน เป็นต้น สำหรับข้อเสียที่รองลงมาคือ สถานที่ที่คับแคบ ไม่มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น และไม่มีโอกาสได้ฝึกความกล้าแสดงออก ส่วนข้อเสียอื่นๆ ของคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว คือ การให้บริการที่ไม่ทั่วถึง อันเนื่องมาจากลักษณะของห้องที่ปิดมิดชิดเพื่อสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับผู้ใช้บริการ ทำให้บริกรหรือพนักงานที่ให้บริการนั้นไม่สามารถทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันที ทำให้การบริการล่าช้าและไม่ทั่วถึง นอกจากนี้ยังมีข้อเสียอันเกิดจากจำนวนห้องที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งบางช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากจะไม่มีห้องว่างทำให้ต้องจองห้องล่วงหน้า บางครั้งหากไม่ได้จองห้องไว้ล่วงหน้า ผู้ใช้บริการอาจต้องไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมแทน นอกจากนี้ในการไปใช้บริการแต่ละครั้งจำเป็นต้องชวนผู้ที่จะร่วมไปด้วยเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องมีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อนัดสถานที่และเวลาที่จะไปให้แน่นอน เนื่องจากขนาดของห้องส่วนตัวที่เล็กที่สุดก็สามารถจุคนได้จำนวน 3-4 คนแล้ว อีกประการหนึ่งคือ เรื่องของค่าใช้จ่ายของการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่ค่อนข้างสูง โดยพบว่ามีจำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวที่มีค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการแต่ละครั้ง เกิน 500 บาท มากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะในอีก 2 รูปแบบ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้การออกค่าใช้จ่ายในการไปคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเป็นไปในลักษณะของการหารกันตามจำนวนคน ดังนั้นเมื่อมีผู้ร่วมไปคาราโอเกะเป็นจำนวนมากก็จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายต่อคนในครั้งนั้นๆ ลดลง

3. คาราโอเกะบ็อกส์

คาราโอเกะบ็อกส์เป็นรูปแบบคาราโอเกะที่มีความก้ำกึ่งระหว่างความเป็นสาธารณะและความเป็นส่วนตัว เพราะถึงแม้ว่าภายในห้องจะมีเฉพาะกลุ่มคนที่มาด้วยกัน ไม่มีผู้อื่น ทำให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว แต่ด้วยลักษณะตู้ที่กรุกระจกและผู้อื่นสามารถมองเข้ามาเห็นการกระทำต่างได้ จึงมีความเป็นสาธารณะด้วยในเวลาเดียวกัน แต่เนื่องด้วยความต้องการของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่ยังคงมีความต้องการในด้านความเป็นส่วนตัวอยู่มาก ดังจะสังเกตได้จากปัจจัยในการเลือกรูปแบบคาราโอเกะ ซึ่งผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์จำนวนมากยังคงคำนึงถึงความต้องการความเป็นส่วนตัวอยู่ ดังนั้นความต้องการดังกล่าวจึงปรากฏออกมาในรูปของการเลือกตู้คาราโอเกะ โดยพบว่านอกจากผู้ใช้บริการคาราโอกะบ็อกส์ส่วนใหญ่จะเลือกตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่มีเพลงใหม่ๆ และเลือกตู้ที่ขนาดใหญ่และมีการตกแต่งสวยงามแล้ว ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ยังเลือกตู้ที่ติดกระจกทึบและตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เป็นที่สังเกตอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ยังมีความต้องการความเป็นส่วนตัวอยู่มาก จึงหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะทำให้เกิดความเป็นสาธารณะ ซึ่งได้แก่ กระจกใส และตู้คาราโอเกะที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สังเกตได้ง่าย ซึ่งทั้ง 2 สิ่งนี้จะทำให้ผู้ที่เดินผ่านไปในบริเวณดังกล่าวสามารถมองเห็นกิจกรรมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์กำลังกระทำอยู่ ทั้งการร้องเพลงและการเต้นได้อย่างชัดเจน และจะทำให้การทำกิจกรรมของกลุ่มคนที่กำลังใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในขณะนั้นมีความเป็นส่วนตัวน้อยลง

คาราโอเกะบ็อกส์เป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้คาราโอเกะทุกเพศทุกวัยได้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ จึงเป็นผู้ที่มีความลำบากหรือผู้ที่ไม่สามารถที่จะไปใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆได้ ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ 16-25 ปี ซึ่งโดยเฉพาะผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปีนั้น ไม่สามารถที่จะเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะในสถานประกอบการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นได้ หากไม่มีผู้ปกครองพาไป ดังนั้นคาราโอเกะบ็อกส์จึงเป็นคาราโอเกะเพียงรูปแบบเดียวที่ผู้ใช้บริการในช่วงอายุดังกล่าวสามารถที่จะไปใช้บริการได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้สถานที่ตั้งของคาราโอเกะบ็อกส์ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วมักตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ เวลาเปิดบริการก็เป็นไปตามเวลาทำการของห้างสรรพสินค้าทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกที่จะใช้บริการ ซึ่งเมื่อเลิกเรียนก็สามารถที่จะเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ได้เลยโดยไม่ต้องรอให้ถึงเวลากลางคืนซึ่งเป็นเวลาเปิดบริการของคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว และจากปัจจัยเรื่องสถานที่ตั้งและเวลาเปิดบริการดังกล่าวทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่อยู่ในช่วงอายุ 16-25 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วการศึกษาในระดับการศึกษาดังกล่าว ไม่มีเวลาเข้าเรียนและเลิกเรียนที่กำหนดไว้

อย่างตายตัว ทำให้ช่วงกลางวันผู้ที่เรียนในระดับมหาวิทยาลัยจะมีเวลาว่างในการทำกิจกรรมอื่นๆ ค่อนข้างมากต่างจากผู้ที่อยู่ในวัยทำงานที่จำเป็นต้องอยู่แต่ในสำนักงาน เป็นผลให้การร้องคาราโอเกะบ็อกส์กลายเป็นกิจกรรมบันเทิงชนิดหนึ่ง ที่ผู้มีเวลาว่างในช่วงดังกล่าวสามารถเข้าไปใช้บริการได้

ด้วยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่ไม่สูงนัก (เพลงละ 10 บาท) และลักษณะการจ่ายค่าบริการของคาราโอเกะบ็อกส์ที่ผู้ใช้บริการสามารถกำหนดการจ่ายได้ด้วยตัวเอง โดยคำนวณจากจำนวนเพลงที่ร้อง ทำให้ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท สามารถที่จะมาใช้บริการได้ โดยพบว่าเกือบร้อยละ 90 ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์แต่ละครั้งไม่เกิน 200 บาท ดังนั้นปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่าย จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะเลือกใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ส่วนปัจจัยอื่นๆที่ทำให้เลือกใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์คือ ต้องการใช้คาราโอเกะบ็อกส์เป็นเสมือนห้องซ้อมร้องเพลงก่อนที่จะต้องไปร้องเพลงให้ผู้อื่นฟังหรือแม้กระทั่งก่อนที่จะต้องไปร้องคาราโอเกะในห้องรวม

ผลการวิจัยดังกล่าวได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ZKJK (1996) โดยพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา นิยมใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ โดยผู้ใช้บริการเหล่านี้จะไปใช้บริการคาราโอเกะในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน หลังจากงานโรงเรียน หรือแม้กระทั่งหลังสอบเสร็จ เนื่องจากตู้คาราโอเกะบ็อกส์นั้นหาได้ง่าย เพราะมีตั้งอยู่ทั่วไปทุกที่ โดยเฉพาะตามถนนสายหลักๆของเมือง ผู้ประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์จะลดราคาให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน เพียงแค่ผู้ใช้บริการแสดงบัตรประจำตัวนักเรียนที่บริเวณทางเข้า นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ของผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียนนั้น หลังจากที่พวกเขาเข้าไปในตู้คาราโอเกะบ็อกส์แล้ว พวกเขาก็จะเลือกเพลงที่เป็นที่นิยมและเป็นที่ชื่นชอบ และพวกเขาก็จะทั้งร้องและเต้นไปเรื่อยๆ โดยไม่มีการหยุดพัก สำหรับผู้ใช้บริการที่ศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยนั้น จะนิยมคาราโอเกะ2รูปแบบ คือทั้งคาราโอเกะบ็อกส์และคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว โดยช่วงเวลาในการไปคาราโอเกะ คือ ช่วงเวลาหลังเลิกเรียน หรือหลังงานเลี้ยงสังสรรค์ และเพื่อที่จะไม่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูง พวกเขาจะสมัครเป็นสมาชิกของสถานประกอบการคาราโอเกะนั้นๆเลย สำหรับพฤติกรรมในการใช้บริการคาราโอเกะของผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัยก็มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้ใช้บริการที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษา พวกเขาจะร้องเพลงโดยไม่มีการหยุดพักและและอาจจะตัดเพลงในช่วงที่เป็นดนตรีออกไปเพื่อที่จะได้ร้องเพลงอย่างคุ้มค่า และถึงแม้ว่าในระหว่างที่เพื่อนที่ไปด้วยร้องเพลงอยู่ พวกเขาจะพูดคุยกันและเลือกเพลงที่จะร้องต่อไป แต่พวกเขาก็ยังให้ความสนใจกับการร้องเพลงของเพื่อนคนดังกล่าวด้วย นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้วิจัยที่พบว่า กิจกรรมหลักที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ให้ความสำคัญและกระทำมากที่สุดขณะที่ใช้

บริการคาราโอเกะบ็อกส์ คือ การร้องเพลง โดยมีการพูดคุยกับผู้ที่มาด้วยและการแสดงท่าทางประกอบ (เต้น) เป็นกิจกรรมรอง

สำหรับเพลงที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์นิยมร้องนั้น ได้แก่ เพลงไทยสากล เช่นเดียวกับผู้ใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกเพลง คือ ต้องเป็นเพลงที่ทันสมัย เพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ และเพลงที่ร้องได้ดี และนิยมเลือกเพลงที่มีจังหวะเร็วมากกว่าเพลงที่มีจังหวะช้า จากเกณฑ์ในการเลือกเพลงดังกล่าว สามารถแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ที่เป็นวัยรุ่นได้อย่างชัดเจน โดยวัยรุ่นมักจะเลือกเพลงตามสมัยนิยม และเพลงที่มีเนื้อหาตรงกับอารมณ์ในขณะนั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้คล้ายกับเกณฑ์ในการเลือกเพลงของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ธิดา เภกะนันทน์ ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วในคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

การที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของเพลงอย่างมาก ทำให้สอดคล้องกับคำกล่าวของ Sarah Thornton (1995 : 19) ที่ว่า วัฒนธรรมวัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะเป็นวัฒนธรรมย่อยทางดนตรี (Music subculture) วัยรุ่นเป็นวัยที่ซื้อแผ่นเสียง เทป และฟังเพลงที่บันทึกเสียงมากกว่าวัยอื่นๆ รายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นก็เป็นรายการดนตรีเสียเป็นส่วนมาก นิตยสารวัยรุ่นก็เป็นนิตยสารเกี่ยวกับดนตรีเสียเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้อัตลักษณ์และกิจกรรมยามว่างของวัยรุ่นก็มักจะเกี่ยวข้องกับดนตรีอีกเช่นกัน (Millicent E. Poole ,1988)

สำหรับช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะนิยมไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ คือ ช่วงสี่โมงเย็นจนถึงสองทุ่ม ซึ่งเวลาดังกล่าวตรงกับช่วงเวลาหลังเลิกเรียนนั่นเอง พบว่ามีผู้ไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ทุกวัน ทั้งวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์อาทิตย์ โดยในวันธรรมดามีผู้ไปใช้บริการเพียงเล็กน้อยแต่ถึงกระนั้นก็ยังเป็นจำนวนที่มากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวที่ไปใช้บริการคาราโอเกะในวันธรรมดา ส่วนในวันเสาร์และวันอาทิตย์มีผู้ไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ไปใช้บริการตั้งแต่เวลาเปิดบริการในตอนสิบโมงเช้า จนถึงเวลาปิดบริการในตอนสี่ทุ่ม แต่ช่วงเวลาที่มีผู้ไปใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงสิบโมงเช้าถึงหกโมงเย็น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละครั้งและมากกว่าเดือนละครั้ง แต่ใช้บริการครั้งละไม่เกินหนึ่งชั่วโมง เนื่องจากลักษณะของการไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่ เป็นการไปใช้บริการที่เกิดจากความบังเอิญ ไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้า ซึ่งผู้ใช้บริการเรียกว่า “การแวะ” เนื่องจากคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่มักตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ผู้ไปใช้บริการส่วนใหญ่จึงได้แก่ผู้ที่ตั้งใจเข้ามาใช้บริการต่างๆภายในห้างสรรพสินค้า

ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของ รับประทานอาหาร ชมภาพยนตร์ และใช้เวลาในระหว่างรอหรือเวลาที่เหลือจากการใช้บริการต่างๆของห้างสรรพสินค้าในการร้องคาราโอเกะ ดังนั้นระยะเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในแต่ละครั้งจึงเป็นเวลาที่ไม่นานนัก ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ส่วนใหญ่เลือกที่จะไปร้องคาราโอเกะกับเพื่อน ซึ่งไม่ได้แตกต่างจากผู้ใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่น แต่ที่น่าสังเกตคือ จำนวนของผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เลือกไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เพียงคนเดียวมีมากกว่าผู้ใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ อาจเนื่องมาจากขนาดของห้องที่มีขนาดเล็ก การจะเข้าไปนั่งคนเดียวก็ไม่ทำให้รู้สึกเคว้งคว้างจนเกินไป และด้วยตำแหน่งที่ตั้งของคาราโอเกะบ็อกส์ที่สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ ซึ่งเมื่อคิดที่จะเข้าไปใช้บริการก็สามารถที่จะเข้าไปใช้ได้เลยโดยที่ไม่ต้องชวนผู้อื่น และด้วยเหตุผลเรื่องที่ตั้งที่สะดวกต่อการใช้บริการยังทำให้ความถี่ในการไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์มีมากกว่าคาราโอเกะอีก 2 รูปแบบอีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ที่แต่งงานแล้ว มักจะไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์กับครอบครัว ซึ่งลักษณะการใช้บริการดังกล่าวเป็นกิจกรรมภายในครอบครัว ที่พ่อแม่หรือผู้ปกครองพาลูกหลานไปร้องคาราโอเกะนั่นเอง

ข้อดีของคาราโอเกะบ็อกส์ที่สำคัญ คือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มีรายได้ไม่มากมีโอกาสที่จะได้ร้องคาราโอเกะ นอกจากนี้เวลาที่เปิดให้บริการในช่วงกลางวันและสถานที่ตั้งซึ่งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้ายังทำให้คาราโอเกะบ็อกส์เป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่สะดวกต่อการไปใช้บริการมากกว่าคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ นอกจากนี้คาราโอเกะบ็อกซ์ยังเป็นกิจกรรมที่ใช้เพื่อฆ่าเวลาระหว่างรอทำกิจกรรมอื่นได้เป็นอย่างดี ข้อเสียของคาราโอเกะบ็อกส์ คือ ลักษณะของตู้คาราโอเกะบ็อกส์ที่คับแคบ ทำให้ไม่สามารถจุคนในจำนวนที่มากได้ และในการไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ของกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่นแต่ละครั้ง มักจะไปพร้อมกันเป็นกลุ่มใหญ่ ทำให้ขนาดของตู้คาราโอเกะซึ่งกำหนดให้ใช้บริการแค่ครั้งละ 3-4 คน ไม่สามารถที่จะจุผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มใหญ่ได้หมดภายในตู้เดียว ทำให้ผู้ใช้บริการกลุ่มใหญ่จำเป็นต้องแบ่งเป็นกลุ่มที่เล็กลง และเข้าใช้บริการในอีกตู้หนึ่ง นอกจากนี้ยังมีข้อเสียที่เกิดจากข้อจำกัดซึ่งเป็นระเบียบกฎเกณฑ์ในการใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ นั่นคือ จะไม่อนุญาตให้นำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปรับประทานในขณะใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ และบางแห่งไม่อนุญาตให้ผู้ที่แต่งกายในชุดนักเรียนเข้าไปใช้บริการอีกด้วย ซึ่งเป็นผลให้นักเรียนที่ต้องการไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในเวลาหลังเลิกเรียนบางคนต้องนำชุดนอกไปเปลี่ยน

ผู้ใช้บริการคาราโอเกะในสมัยก่อนส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพการงานแล้ว และมีรายได้ค่อนข้างสูง ส่วนผู้ใช้บริการที่อยู่ในวัยรุ่น ซึ่งยังเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษาและมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวนน้อยมาก ดังงานวิจัยของกัณฑิมา พิมพ์บรรเลง ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลไว้เมื่อปี 2539 พบว่า ผู้ใช้บริการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี เป็นผู้ที่ทำงานแล้วและมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท แต่ต่อมาคุณลักษณะของผู้ใช้บริการคาราโอเกะดังกล่าวได้มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย เมื่อปี 2541 ที่พบว่าจำนวนผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นนักเรียน นิสิต และนักศึกษามีเพิ่มมากขึ้น จนมีจำนวนใกล้เคียงกับผู้ใช้บริการที่ทำงานแล้ว แต่คุณลักษณะด้านรายได้ของผู้ใช้บริการคาราโอเกะยังมีลักษณะเหมือนกับข้อมูลในงานวิจัยของกัณฑิมาอยู่ คือเป็นผู้ที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาทเช่นเดิม แต่จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ก็ยังพบผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียนที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี ไปใช้บริการคาราโอเกะอีกด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ปัจจุบันมีรูปแบบของคาราโอเกะที่หลากหลาย โดยเฉพาะรูปแบบคาราโอเกะบ็อกส์ ซึ่งเป็นคาราโอเกะรูปแบบใหม่ โดยคาราโอเกะบ็อกส์นี้เป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่ผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าไปใช้บริการได้ และยังเป็นคาราโอเกะที่มีค่าใช้จ่ายต่ำอีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมองว่า การที่มีรูปแบบของคาราโอเกะบ็อกส์เกิดขึ้น ได้เป็นการขยายกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะให้ครอบคลุมถึงผู้ที่ไม่มีโอกาสที่จะเข้าไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว ไม่ว่าจะโดยเรื่องของอายุหรือเรื่องของค่าใช้จ่าย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าวมีความใกล้เคียงกับการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้ใช้คาราโอเกะในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งพบว่า การเกิดขึ้นของคาราโอเกะบ็อกส์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการด้วยกัน ประการแรกคือ คาราโอเกะบ็อกส์ทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะขยายกว้างขึ้น ประการที่ 2 คือ คาราโอเกะบ็อกส์เป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่เน้นกิจกรรมการร้องเพลงอย่างแท้จริง ต่างจากคาราโอเกะในรูปแบบอื่นๆ ที่เน้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นกิจกรรมหลัก ส่วนการร้องเพลงเป็นกิจกรรมรอง และจากการที่คาราโอเกะบ็อกส์เป็นรูปแบบของคาราโอเกะที่เน้นการร้องเพลงอย่างแท้จริงทำให้ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็ก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้หญิงทำงาน หรือแม้กระทั่งกลุ่มแม่บ้านหันมาสนใจกิจกรรมคาราโอเกะมากขึ้น จากแต่เดิมที่ผู้ใช้บริการคาราโอเกะในประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชาย และนี่ก็คือการเปลี่ยนแปลงในประการที่ 3 (karaoke around the world,1998 :47) ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวบางแห่งได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะขยายกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวให้ครอบคลุมถึงกลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นวัยรุ่น และผู้หญิงมากขึ้น ดังจะเห็นได้จาก การที่มีสถานประกอบการคาราโอเกะแบบ Green karaoke ที่เปิดให้บริการในช่วงกลางวัน มีการตกแต่งร้านที่ดูปลอดภัยและไม่มีพนักงานหญิงเป็นเพื่อนช่วยร้องเพลง เช่น สถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมและห้องส่วนตัวตามห้าง

สรรพสินค้า เป็นต้น (Make Money,2545) ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าในอนาคตคาราโอเกะแบบ Green karaoke น่าจะได้รับความนิยมจากผู้ใช้ในกลุ่มวัยรุ่นและผู้หญิงเพิ่มมากขึ้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามบางท่านไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เมื่อเห็นว่าเป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของการเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่สมัครใจจะกรอกแบบสอบถามเองบางท่าน กรอกแบบสอบถามไม่ครบถ้วน เมื่อผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยหลังจากที่เก็บแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว และพบข้อผิดพลาดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องทำการแจกแบบสอบถามเพิ่มเติม ทำให้การวิเคราะห์ผลการวิจัยล่าช้าออกไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้คาราโอเกะทั้ง 3 รูปแบบในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ผู้ที่สนใจสื่อคาราโอเกะได้ทำการศึกษาในด้านอื่นๆ ต่อไป เพราะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคาราโอเกะในปัจจุบันยังมีน้อยเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น และจากการวิจัยของผู้วิจัยทำให้พบข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการคาราโอเกะของกลุ่มผู้ใช้บริการคาราโอเกะที่เป็นผู้สูงอายุ เนื่องจากคนส่วนใหญ่มักคิดว่า ผู้ที่มีอายุมาก มักจะอยู่บ้านดูแลครอบครัว และออกไปเที่ยวนอกบ้านลดลง แต่จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้พบกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มใหญ่ที่นิยมการร้องคาราโอเกะเป็นอย่างมาก ซึ่งน่าจะได้มีการวิจัยให้ลึกลงไปว่า กลุ่มผู้สูงอายุเหล่านี้มีคุณลักษณะอย่างไร มีการรวมกลุ่มกันอย่างไร รวมทั้งมีพฤติกรรมในการไปใช้คาราโอเกะอย่างไร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

กัณฑิมา พิมพ์บรรเลง.2539.การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ที่นิยมเที่ยวสถานบริการคาราโอเกะในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร์ธุรกิจมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

กาญจนา แก้วเทพ.2541. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอดิสันเพรส โพรดักส์ จำกัด.

คาราโอเกะกิจกรรมบันเทิงยุคใหม่. วารสารส่งเสริมการลงทุน เล่มที่ 7,5 พ.ค. 2539 :49-50.

คาราโอเกะธุรกิจบันเทิงรูปแบบใหม่ . คลังสมอง เล่มที่ 9,95 ส.ค. 2534 :61-66.

คาราโอเกะบุกยึดฮ่องกงทุกพื้นที่ . คู่แข่ง เล่มที่ 10,119 ส.ค. 2533 :137-140.

คาราโอเกะมรดกญี่ปุ่นเบ่งบานในแดนสยาม . ผู้จัดการ เล่มที่ 10,115 เม.ย. 2536 : 128-148.

คาราโอเกะสินค้าแฟชั่นจริงหรือ? . มีเดีย เล่มที่ 9,101 พ.ย. 2535 : 58,61.

จุฑามาส กีรติกสิกร.2542.รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เดี๋ยวนี้เขาพัฒนาแล้ว คาราโอเกะสู่คอมโมเกะ . ไทยโพสต์ 5 ส.ค. 2543 : 1,4

ทิพย์ธิดา เภกะนันทน์.2541.อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทรงพล ภูมิพัฒน์ . 2538 . จิตวิทยาสังคม . นนทบุรี : เอสอาร์ พริ้นติ้ง ,

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ .2545 . ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,

ผู้บริโภครู้จักคาราโอเกะแค่ไหน . ผู้จัดการ เล่มที่ 9,108 ก.ย. 2535 : 86-90 .

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ .2542 . การวิเคราะห์ผู้รับสาร . กรุงเทพมหานคร : บริษัท ที.พี.พริ้นท์ จำกัด,

วัฒนธรรมคาราโอเกะ . สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ เล่มที่ 46,12 ส.ค. 2542: 71 .

วัฒนธรรมย่อยระดับโลกนี้เริ่มขึ้นที่บาร์ญี่ปุ่น . นิปโปะเนีย เล่มที่ 12 ปี 2543 : 24 .

วิเชียร เกตุสิงห์ . คู่มือการวิจัย : การวิจัยเชิงปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร.2526.พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมบูรณ์ ศาลยาชีวิน . 2526 . จิตวิทยาเพื่อการศึกษาผู้ใหญ่ . เชียงใหม่ : ลานนาการพิมพ์ ,

สถิต วงศ์สวรรค์ . 2530 . จิตวิทยาสังคม . กรุงเทพมหานคร : เจริญรัตน์การพิมพ์ ,

สุภางค์ จันทวานิช . 2539 . การวิจัยเชิงคุณภาพ . พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,

โสภัณฑ์ นุชนาถ . 2542 . จิตวิทยาวัยรุ่น . กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏธนบุรี ,

หมู่บ้านคาราโอเกะ สไตล์ใหม่บริการไร้สารพิษ . ไทยโพสต์ 8 ม.ค. 2544 : 1,2,4

Big Echo Green Karaoke ร้านอาหารและคาราโอเกะแนวใหม่ . Make money เล่มที่ 31 เม.ย.45 : 10-13

Karaoke . Nipponpop .Hongkong : Tuttle Publishing ,1998

Robert S. Drew . Embracing the Role of Amateur . Journal of Contemporary Ethnography, 25,4 : 449-466

Toru Mitsui & Shuhei Hosokawa. 1998 . Karaoke Around the World . London : Routledge ,

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง "การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร"

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น ผู้จัดทำขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

ดารากาญจน์ ทองลิ่ม

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงบนหน้าข้อที่ท่านเลือก | **สำหรับเจ้าหน้าที่**

1. เพศ ☐

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ ☐

(1) ต่ำกว่า 16 ปี

(2) 16-25 ปี

(3) 26-35 ปี

(4) 36-45 ปี

(5) 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา ☐

(1) ประถมศึกษา

(2) มัธยมศึกษาตอนต้น

(3) มัธยมศึกษาตอนปลาย

(4) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

(5) ปริญญาตรี

(6) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐

(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท

(2) 5,000 – 10,000 บาท

(3) 10,001 – 15,000 บาท

(4) 15,001 – 20,000 บาท

(5) 20,000 บาทขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับเจ้าหน้าที่

5. รายได้ของท่านมาจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ผู้ปกครอง

(2) เป็นรายได้ที่หามาเอง

(3) สามี / ภรรยา

(4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. สถานภาพสมรส

(1) โสด

(2) แต่งงาน

(3) อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. อาชีพ

(1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

(2) พนักงานบริษัท

(3) ประกอบอาชีพส่วนตัว

(4) นักเรียน / นิสิต-นักศึกษา

(5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะในรูปแบบใดบ้าง เรียงลำดับจากบ่อยที่สุดไปหาน้อยที่สุด

____ (1) **คาราโอเกะแบบห้องรวม** ใช้ในโอกาสใด.....

(คาราโอเกะแบบห้องรวม คือ ห้องคาราโอเกะที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวนหลายโต๊ะและมีแขกคนอื่นๆ ร่วมร้องด้วย)

____ (2) **คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว** ใช้ในโอกาสใด.....

(คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว คือ ห้องคาราโอเกะที่จัดไว้สำหรับให้ผู้ที่มาด้วยกันได้ร้องเพลงร่วมกันโดยไม่รวมกับแขกคนอื่นๆ)

____ (3) **คาราโอเกะบ๊อกส์** ใช้ในโอกาสใด.....

(คาราโอเกะบ็อกส์ คือ ตู้ร้องเพลงคาราโอเกะที่มักพบตามห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มักเป็นตู้กระจกขนาดเล็ก คิดราคาเพลงละ 10 บาท)

<u>จากคำตอบในข้อ 10</u>

หากท่านใช้บริการคาราโอเกะในห้องรวมบ่อยที่สุด พลิกไปหน้า 3-6

หากท่านใช้บริการคาราโอเกะในห้องส่วนตัวบ่อยที่สุด พลิกไปหน้า 7-10

หากท่านใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์บ่อยที่สุด พลิกไปหน้า 11-14

คาราโอเกะแบบห้องรวม

สำหรับเจ้าหน้าที่

9. คาราโอเกะแบบห้องรวมในสถานที่ใดที่ท่านมักเลือกใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) คาราโอเกะแบบห้องรวมในร้านอาหาร

(2) คาราโอเกะแบบห้องรวมในโรงแรม

(3) คาราโอเกะแบบห้องรวมในร้านคาราโอเกะโดยเฉพาะ

(4) คาราโอเกะแบบห้องรวมในไนท์คลับ

(5) อื่นๆ โปรดระบุ……

10. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการคาราโอเกะในห้องรวม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และกรุณาระบุเหตุผลด้วย

___ (1) ค่าใช้จ่าย เพราะ……

___ (2) ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะด้วย เพราะ……

___ (3) ระยะเวลาที่ใช้ในการร้อง เพราะ……

___ (4) ความต้องการแสดงออก เพราะ……

___ (5) ต้องการความเป็นส่วนตัว เพราะ……..

___ (6) ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น เพราะ……

___ (7) ขนาดของห้อง เพราะ……

___ (8) จำนวนของผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ เพราะ……..

___ (9) อื่นๆ โปรดระบุ……

11. การไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมของท่านเป็นไปในลักษณะใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) แบบตั้งใจ (มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า)

(2) แบบบังเอิญ (ไม่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า)

12. ท่านใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมบ่อยครั้งเพียงใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) มากกว่าอาทิตย์ละครั้ง

(2) อาทิตย์ละหนึ่งครั้ง

(3) 2 อาทิตย์ต่อหนึ่งครั้ง

(4) เดือนละครั้ง

(5) น้อยกว่าเดือนละครั้ง

13. ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในวันใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) วันจันทร์

(2) วันอังคาร

(3) วันพุธ

(4) วันพฤหัสบดี

(5) วันศุกร์

(6) วันเสาร์

(7) วันอาทิตย์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับเจ้าหน้าที่

14. ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมในเวลาใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) 06.01-10.00 น.

(2) 10.01-14.00 น.

(3) 14.01-18.00 น.

(4) 18.01-22.00 น.

(5) 22.01-02.00 น.

(6) 02.01-06.00 น.

15. ระยะเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมต่อครั้งนานเท่าใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

(2) 1 - 2 ชั่วโมง

(3) 2 - 3 ชั่วโมง

(4) 3 – 4 ชั่วโมง

(5) มากกว่า 4 ชั่วโมง

16. ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมกับใครมากที่สุด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) คนเดียว

(2) เพื่อน

(3) ครอบครัว

(4) ลูกค้า

17. กิจกรรมใดบ้างที่ท่านทำขณะใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ร้องเพลง

(2) แสดงท่าทางประกอบ (เต้น)

(3) รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม

(4) พูดคุยกับผู้ที่มาด้วย

(5) พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ

(6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

18. เพลงประเภทใดที่ท่านเลือกร้องเมื่อไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) เพลงไทยสากล

(2) เพลงไทยลูกทุ่ง

(3) เพลงสากล (ภาษาอังกฤษ)

(4) เพลงภาษาอื่นๆ โปรดระบุ .....

สำหรับเจ้าหน้าที่

19. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกเพลงที่จะร้องในห้องรวมอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เพลงที่ทันสมัย

___ (2) เพลงที่ร่วมสมัย

___ (3) เพลงที่ร้องได้ดี

___ (4) เพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ

___ (5) เพลงที่มีจังหวะเร็ว

___ (6) เพลงที่มีจังหวะช้า

___ (7) เพลงที่มีมิวสิควิดิโอถูกใจ

___ (8) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

20. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องรวมอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เป็นสถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง (ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน)

___ (2) ความทันสมัยของเพลงและอุปกรณ์

___ (3) ขนาดของสถานที่และการตกแต่งสถานที่

___ (4) บริการที่ดี

___ (5) ความปลอดภัย

___ (6) ราคาที่เป็นที่น่าพอใจ

___ (7) ความคุ้นเคย

___ (8) อาหารมีรสชาติดี

___ (9) มีกิจกรรมอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง เช่น โรงหนัง โบว์ลิ่ง ตู้เกม ที่ช็อปปิ้ง

___ (10) อื่นๆ โปรดระบุ..... .....

21. ค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวมเฉลี่ย<u>ต่อคน</u>ประมาณเท่าไร

.....

22. ท่านคิดว่าคาราโอเกะแบบห้องรวมมีข้อดีอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) ฝึกการกล้าแสดงออก

___ (2) ทำให้ได้รู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น

___ (3) ค่าใช้จ่ายไม่สูง

___ (4) ไม่จำกัดระยะเวลา

___ (5) สถานที่กว้างขวาง

___ (6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

สำหรับเจ้าหน้าที่

23. ท่านคิดว่าคาราโอเกะแบบห้องรวมมีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (3) ต้องรอคิวนาน

___ (4) แสดงออก (ร้องเพลง/เต้น)ได้ไม่เต็มที่

___ (5) ความไม่สะดวกในการเลือกเพลง เช่น……..

___ (6) อื่นๆ โปรดระบุ…….

24 หากท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว (ถ้าไม่เคยใช้ ข้ามไปข้อ 25) คิดว่ามีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1,2,3,)

___ (1) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (2) สถานที่คับแคบ

___ (3) ไม่ได้ฝึกความกล้าแสดงออก

___ (4) ไม่มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ

___ (5) อื่นๆ โปรดระบุ……

25 หากท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ คิดว่ามีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมาก-ไปน้อย 1,2,3,)

___ (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (3) สถานที่คับแคบ

___ (4) คุณภาพเสียงไม่ดี

___ (5) จุคนได้จำนวนน้อย

___ (6) ลักษณะตู้ที่โปร่งใส

___ (7) ลักษณะตู้ที่ทึบแสง

___ (8) อื่นๆ โปรดระบุ……

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ

คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว

สำหรับเจ้าหน้าที่

26 คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในสถานที่ใดที่ท่านมักเลือกใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในร้านอาหาร

(2) คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในโรงแรม

(3) คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในร้านคาราโอเกะโดยเฉพาะ

(4) คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในไนท์คลับ

(5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

27 ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการคาราโอเกะในห้องส่วนตัว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และกรุณาระบุเหตุผลด้วย

___ (1) ค่าใช้จ่าย เพราะ.....

___ (2) ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะด้วย เพราะ.....

___ (3) ระยะเวลาที่ใช้ในการร้อง เพราะ.....

___ (4) ความต้องการแสดงออก เพราะ.....

___ (5) ต้องการความเป็นส่วนตัว เพราะ.....

___ (6) ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น เพราะ.....

___ (7) ขนาดของห้อง เพราะ.....

___ (8) จำนวนของผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ เพราะ.....

___ (9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

28 การไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวของท่านเป็นไปในลักษณะใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) แบบตั้งใจ (มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า)

(2) แบบบังเอิญ (ไม่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า)

29 ท่านใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวบ่อยครั้งเพียงใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) มากกว่าอาทิตย์ละครั้ง

(2) อาทิตย์ละหนึ่งครั้ง

(3) 2 อาทิตย์ต่อหนึ่งครั้ง

(4) เดือนละครั้ง

(5) น้อยกว่าเดือนละครั้ง

30 ท่านไปใช้คาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในวันใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) วันจันทร์

(2) วันอังคาร

(3) วันพุธ

(4) วันพฤหัสบดี

(5) วันศุกร์

(6) วันเสาร์

(7) วันอาทิตย์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับเจ้าหน้าที่

31 ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวในเวลาใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) 06.01-10.00 น.

(2) 10.01-14.00 น.

(3) 14.01-18.00 น.

(4) 18.01-22.00 น.

(5) 22.01-02.00 น.

(6) 02.01-06.00 น.

32 ระยะเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวต่อครั้งนานเท่าใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

(2) 1 - 2 ชั่วโมง

(3) 2 - 3 ชั่วโมง

(4) 3 – 4 ชั่วโมง

(5) มากกว่า 4 ชั่วโมง

33 ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวกับใครมากที่สุด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) คนเดียว

(2) เพื่อน

(3) ครอบครัว

(4) ลูกค้า

34 กิจกรรมใดบ้างที่ท่านทำขณะใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ร้องเพลง

(2) แสดงท่าทางประกอบ (เต้น)

(3) รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม

(4) พูดคุยกับผู้ที่มาด้วย

(5) พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ

(6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

35 เพลงประเภทใดที่ท่านเลือกร้องเมื่อไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) เพลงไทยสากล

(2) เพลงไทยลูกทุ่ง

(3) เพลงสากล (ภาษาอังกฤษ)

(4) เพลงภาษาอื่นๆ โปรดระบุ .....

สำหรับเจ้าหน้าที่

36 ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกเพลงที่จะร้องในห้องส่วนตัวอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เพลงที่ทันสมัย

___ (2) เพลงที่ร่วมสมัย

___ (3) เพลงที่ร้องได้ดี

___ (4) เพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ

___ (5) เพลงที่มีจังหวะเร็ว

___ (6) เพลงที่มีจังหวะช้า

___ (7) เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ

___ (8) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

37 ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เป็นสถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง (ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน)

___ (2) ความทันสมัยของเพลงและอุปกรณ์

___ (3) ขนาดของสถานที่และการตกแต่งสถานที่

___ (4) บริการที่ดี

___ (5) ความปลอดภัย

___ (6) ราคาที่เป็นที่น่าพอใจ

___ (7) ความคุ้นเคย

___ (8) อาหารมีรสชาติดี

___ (9) มีกิจกรรมอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง เช่น โรงหนัง โบว์ลิ่ง ตู้เกม ที่ชอปปิ้ง

___ (10) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

38 ค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวเฉลี่ย<u>ต่อคน</u>ประมาณเท่าไร

.....

39 ท่านคิดว่าคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมีข้อดีอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายไม่สูง

___ (3) ร้องเพลงและเต้นได้อย่างเต็มที่

___ (4) ไม่ต้องรอคิว

___ (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

40 ท่านคิดว่าคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัวมีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (2) สถานที่คับแคบ

___ (3) ไม่ได้ฝึกความกล้าแสดงออก

___ (4) ไม่มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ

___ (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

สำหรับเจ้าหน้าที่

41 หากท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม (ถ้าไม่เคยใช้ ข้ามไปข้อ 42) คิดว่ามีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1,2,3)

___ (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (3) ต้องรอคิวนาน

___ (4) แสดงออก (ร้องเพลง/เต้น)ได้ไม่เต็มที่

___ (5) ความไม่สะดวกในการเลือกเพลง เช่น……

___ (6) อื่นๆ โปรดระบุ……..

42 หากท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ คิดว่ามีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1,2,3)

___ (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (3) สถานที่คับแคบ

___ (4) คุณภาพเสียงไม่ดี

___ (5) จุคนได้จำนวนน้อย

___ (6) ลักษณะตู้ที่โปร่งใส

___ (7) ลักษณะตู้ที่ทึบแสง

___ (8) อื่นๆ โปรดระบุ……

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คาราโอเกะบ็อกส์

สำหรับเจ้าหน้าที่

43 ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกตู้คาราโอเกะบ็อกส์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เลือกตู้ที่ตั้งในตำแหน่งที่ไม่เป็นที่สังเกต

___ (2) เลือกตู้ที่ตั้งในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย

___ (3) เลือกตู้ที่มีขนาดใหญ่

___ (4) เลือกตู้ที่มีขนาดเล็ก

___ (5) เลือกตู้ที่มีเพลงใหม่ ๆ

___ (6) เลือกตู้ที่มีเพลงเก่าๆ

___ (7) เลือกตู้ที่มีการตกแต่งสวยงาม

___ (8) เลือกตู้ที่เป็นกระจกสีชา

___ (9) เลือกตู้ที่เป็นกระจกใส

___ (10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

44 ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และกรุณาระบุเหตุผลด้วย

___ (1) ค่าใช้จ่าย เพราะ.....

___ (2) ผู้ที่ไปร่วมร้องคาราโอเกะด้วย เพราะ.....

___ (3) ระยะเวลาที่ใช้ในการร้อง เพราะ.....

___ (4) ความต้องการแสดงออก เพราะ.....

___ (5) ต้องการความเป็นส่วนตัว เพราะ.....

___ (6) ต้องการรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น เพราะ.....

___ (7) ขนาดของห้อง เพราะ.....

___ (8) จำนวนของผู้ที่ไปร้องคาราโอเกะในครั้งนั้นๆ เพราะ.....

___ (9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

45 การไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ของท่านเป็นไปในลักษณะใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) แบบตั้งใจ (มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า)

(2) แบบบังเอิญ (ไม่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า)

46 ท่านใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์บ่อยครั้งเพียงใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) มากกว่าอาทิตย์ละครั้ง

(2) อาทิตย์ละหนึ่งครั้ง

(3) 2 อาทิตย์ต่อหนึ่งครั้ง

(4) เดือนละครั้ง

(5) น้อยกว่าเดือนละครั้ง

สำหรับเจ้าหน้าที่

47 ท่านไปใช้คาราโอเกะบ็อกส์ในวันใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) วันจันทร์
(2) วันอังคาร
(3) วันพุธ
(4) วันพฤหัสบดี
(5) วันศุกร์
(6) วันเสาร์
(7) วันอาทิตย์

48 ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ในเวลาใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) 06.01-10.00 น.
(2) 10.01-14.00 น.
(3) 14.01-18.00 น.
(4) 18.01-22.00 น.
(5) 22.01-02.00 น.
(6) 02.01-06.00 น

49 ระยะเวลาในการใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องบ็อกส์ต่อครั้งนานเท่าใด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
(2) 1 - 2 ชั่วโมง
(3) 2 - 3 ชั่วโมง
(4) 3 – 4 ชั่วโมง
(5) มากกว่า 4 ชั่วโมง

50 ท่านไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์กับใครมากที่สุด (เลือกคำตอบเดียว)

(1) คนเดียว
(2) เพื่อน
(3) ครอบครัว
(4) ลูกค้า

51 กิจกรรมใดบ้างที่ท่านทำขณะใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ร้องเพลง
(2) แสดงท่าทางประกอบ (เต้น)
(3) รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม
(4) พูดคุยกับผู้ที่มาด้วย
(5) พยายามทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่น ๆ
(6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับเจ้าหน้าที่

52 เพลงประเภทใดที่ท่านเลือกร้องเมื่อไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) เพลงไทยสากล

(2) เพลงไทยลูกทุ่ง

(3) เพลงสากล (ภาษาอังกฤษ)

(4) เพลงภาษาอื่นๆ โปรดระบุ .....

53 ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกเพลงที่จะร้องในคาราโอเกะบ็อกส์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เพลงที่ทันสมัย

___ (2) เพลงที่ร่วมสมัย

___ (3) เพลงที่ร้องได้ดี

___ (4) เพลงที่มีเนื้อหาตรงใจ

___ (5) เพลงที่มีจังหวะเร็ว

___ (6) เพลงที่มีจังหวะช้า

___ (7) เพลงที่มีมิวสิควีดิโอถูกใจ

___ (8) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

54 ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกสถานประกอบการคาราโอเกะบ็อกส์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

___ (1) เป็นสถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง (ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน)

___ (2) ความทันสมัยของเพลงและอุปกรณ์

___ (3) ขนาดของสถานที่และการตกแต่งสถานที่

___ (4) บริการที่ดี

___ (5) ความปลอดภัย

___ (6) ราคาที่เป็นที่น่าพอใจ

___ (7) ความคุ้นเคย

___ (8) อาหารมีรสชาติดี

___ (9) มีกิจกรรมอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง เช่น โรงหนัง โบว์ลิ่ง ตู้เกม ที่ชอปปิ้ง

___ (10) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

55 ค่าใช้จ่ายในการไปใช้บริการคาราโอเกะบ็อกส์เฉลี่ย<u>ต่อคน</u>ประมาณเท่าไร

.....

สำหรับเจ้าหน้าที่

56 ท่านคิดว่าคาราโอเกะบ็อกส์มีข้อดีอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) ฝึกการกล้าแสดงออก

___ (2) มีความเป็นส่วนตัว

___ (3) ค่าใช้จ่ายไม่สูง

___ (4) สถานที่สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ

___ (5) เวลาที่เปิดบริการสะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ

___ (6) ไม่จำกัดระยะเวลา

___ (7) ฆ่าเวลาระหว่างรอทำกิจกรรมอื่น

___ (8) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

57 ท่านคิดว่าคาราโอเกะบ็อกส์มีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (3) สถานที่คับแคบ

___ (4) คุณภาพเสียงไม่ดี

___ (5) จุคนได้จำนวนน้อย

___ (6) ลักษณะตู้ที่โปร่งใส

___ (7) ลักษณะตู้ที่ทึบแสง

___ (8) อื่นๆ โปรดระบุ.....

58 หากท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องรวม (ถ้าไม่เคยใช้ ข้ามไปข้อ 59) คิดว่ามีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับ จากมากไปน้อย 1, 2 ,3)

___ (1) ไม่มีความเป็นส่วนตัว

___ (2) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (3) ต้องรอคิวนาน

___ (4) แสดงออก (ร้องเพลง/เต้น)ได้ไม่เต็มที่

___ (5) ความไม่สะดวกในการเลือกเพลง เช่น.....

___ (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

59 หากท่านเคยใช้บริการคาราโอเกะแบบห้องส่วนตัว คิดว่ามีข้อเสียอย่างไร (ระบุ 3 ลำดับจากมากไปน้อย1,2,3)

___ (1) ค่าใช้จ่ายสูง

___ (2) สถานที่คับแคบ

___ (3) ไม่ได้ฝึกความกล้าแสดงออก

___ (4) ไม่มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับผู้ใช้บริการท่านอื่นๆ

___ (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ดารากาญจน์ ทองลิ่ม เกิดวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2522 จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อปีการศึกษา 2544 เข้าศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน ในปีการศึกษาเดียวกัน และจบการศึกษาในปี 2546

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย