การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
"การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม"
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1
"การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม"
ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา
Phanomwan College of Technology
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ "การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม" ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมม์ทิวัตถ์ นรารัตน์วันชัย	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอิสาน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ขันติโกมล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอิสาน
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย	มหาวิทยาลัยบูรพา
5. ดร.ภก.กานต์ วงศีศุภสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
7. รองศาสตราจารย์ ดร .ไพโรจน์ วิไลนุช	มหาวิทยาลัยหอการค้า

8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล	ข้าราชการบำนาญ
9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
10 รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธีระวัฒน์ จันทึก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาริ์ ธนารักษ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติมา พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสินี บุญมีศรีสง่า	มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ	มหาวิทยาลัยเกษตร
23. อาจารย์ ดร.วรรษพร อารยะพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสถิต	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ	มหาวิทยาลัยบูรพา
32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจิมรอด	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
35. อาจารย์ ดร.พิสิษฎ์ มณีโชติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์	วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า
37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง	บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติคส์ จำกัด
40. ดร.ธงชัย ทองมา	กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
42. ดร.กฤษฎา โสภา	บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด
43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์	บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
3. ดร.พิชัย สารภักดิ์	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

<u>หน้าที่และความรับผิดชอบ</u>

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The Factors Affecting the Shopping Behavior of Copyrighted Compact Disc in Bangkapi District, Bangkok Province Dwellers

พิชญา ทิมประเทือง* ปริญญา หรุ่นโพธิ์**

Pitchaya Timpratuang *Parinya Roonpho**

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และแจกแบบสอบถามแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ประเภท ซีดีภาพยนตร์ละคร หรือซีรี่ย์มากที่สุด เหตุผลหลักในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ คือ เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ กล่องสี่เหลี่ยมจัตุรัส ประเภทของซีดีถูกลิขสิทธิ์ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ DVD ความถี่ในการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ในแต่ละครั้ง คือ 2-3 เดือนต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยต่อการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ในแต่ละครั้ง คือ 100 ถึง 500 บาท สถานที่ที่ใช้ในในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ ร้านจำหน่ายซีดี ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับซีดีถูกลิขสิทธิ์จากอินเตอร์เน็ต การส่งเสริมการขายที่ให้ความสนใจในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ มีการลดราคา และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในเกณฑ์ระดับมากทั้งสิ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเลือกซื้อ ซีดี ลิขสิทธิ์

---

[1] นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2] อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

This research is a quantitative research. The purposes of this research are 1) to study the factors of demography and purchasing behavior of copyrighted compact discs 2.) to study the marketing mix factors affecting to the shopping behavior of copyrighted compact discs in Bangkapi district, Bangkok province dwellers. The sample group of this research was the 400 dwellers in Bangkapi district, Bangkok province, the sampling method that used was the quota sampling, the research instrument was a questionnaire which distributed by convenience distribution method, and the data was analyzed by descriptive statistic including frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results found that most of sample group buy the copyrighted compact disc of movies, opera soaps or series most, the main reason to buy copyrighted compact disc is to have the better quality than the pirating disc, the packaging that bought most is the square box, type of the copyrighted compact disc that bought most is DVD, and the frequency of buying is 2 to 3 month per time, the average price spent in each time is 100 to 500 baht, the place which most use for buying copyrighted compact disc is the disc store, most of them received the information of copyrighted compact disc by internet, the promotion that they were attracted most is having the discount. And most of sample group give priority to the marketing mix including product, price, place, promotion in high level

Keywords: Purchasing Behavior, Compact Disc, Copyright

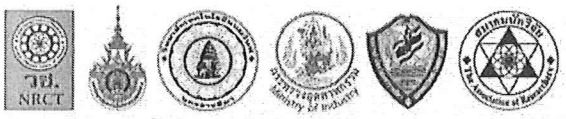
\\

บทนำ

ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นทุนทางปัญญาที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์และยังเป็นทุนทางปัญญาที่มีคุณค่าในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ทั้งยังสามารถช่วยส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน เพราะสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามีความครอบคลุมอย่างกว้างขวาง จำแนกได้เป็นหลายประเภทและมีมูลค่าสูง (วริยา ล้ำเลิศ, 2557) ลิขสิทธิ์ ถือว่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่เป็นทรัพย์สินประเภทที่สามารถ ซื้อ ขาย หรือ โอนสิทธิให้กันได้ โดยลิขสิทธิ์ หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น โดยการแสดงออกทางความคิดตามประเภทงานลิขสิทธิ์ต่างๆ (พิเชฐ คุ้มพะเนียด, 2556)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ซีดีถูกลิขสิทธิ์แต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็น งานสิ่งบันทึกเสียง เช่น ซีดีเพลง งานโสตทัศนวัสดุ เช่น ซีดีภาพยนตร์ ละคร ซีรี่ย์ งานวรรณกรรม เช่น ซีดีเกมส์ หรือ ซีดีโปรแกรมคอมพิวเตอร์โปรแกรมประยุกต์ (กรรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2556) นั้นประสบปัญหายอดขายที่ลดลงอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากแข่งขันกับคู่แข่งขันในอุตสาหกรรมที่รุนแรงและยังต้องต่อสู้กับสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีอยู่อย่างแพร่หลายในสังคม รวมถึงปัญหาที่เกิดจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างมาก ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปและหาดาวโหลดสิ่งที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้นผ่านทางช่องทางการใช้อินเตอร์เน็ต (จิราภรณ์ ชัยโสตถี, 2554)

โดยส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาดธุรกิจดนตรีทั่วโลกในปี 2014 มียอดขายแผ่นซีดีเพลงถูกลิขสิทธ์ลดลงถึง 5% และมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากความนิยมในการซื้อผ่านสื่อดิจิตอลที่เพิ่มมากขึ้นจากปี 2013 ถึง 17% (International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2014) นอกจากนี้ในเรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีมาอย่างยาวนานและแพร่หลาย ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีอัตราการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง จนในปี พ.ศ.2556 อัตราการละเมิดลิขสิทธิ์ทางซอฟต์แวร์ในไทยอยู่ที่ 71% แต่มูลค่าโดยรวมของการละเมิดลิขสิทธิ์กลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (BSA,



2014) และยังมีการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาที่แย่เป็นอันดับ 12 ในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย หรือในอันดับที่ 69 ของโลก (The International Property Rights, 2015)

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มคนที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของถูกลิขสิทธิ์อยู่ เช่น วัยรุ่นที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อหรือใช้สินค้าแบรนด์เนม เพื่อบ่งบอกถึงความทันสมัยและความโดดเด่นไม่เหมือนใคร โดยเฉพาะเรื่องแฟชั่นแบรนด์เนม การแต่งกายตามกระแสนิยม เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตน (เมธี รัตนเสนีย์, 2553) หรือกลุ่มแฟนบอลที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ของทีมที่ตัวเองชอบ เพื่อแสดงออกถึงการเป็นพวกเดียวกันกับทีม ด้วยการใช้สินค้าลิขสิทธิ์ของทีม (นารา กิตติเมธีกุล, 2557) และในกลุ่มผู้ฟังเพลงบางกลุ่ม ก็ยังคงตัดสินใจเลือกซื้อแผ่นซีดีเพลงถูกลิขสิทธิ์เพื่อสนับสนุนผลงานของศิลปินที่ชื่นชอบอยู่เช่นกัน (ณัฐกิตติ์ เพ็งมีศรี และ นิตนา ฐานิตธนกร, 2554)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ โดยมุ่งประเด็นความสำคัญการศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรม” และ “ปัจจัย” ที่สามารถนำไปสู่การซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ได้ โดยจะศึกษาจากกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

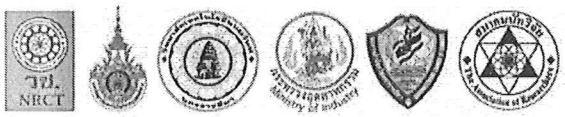
การวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และวรรณกรรม รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกรายละเอียดออกเป็น 5 หัวข้อดังนี้ 1) ความหมายของลิขสิทธิ์และงานที่ได้รับการคุ้มครองทางลิขสิทธิ์ 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทาง

การตลาด 3) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของลิขสิทธิ์และงานที่ได้รับการคุ้มครองทางลิขสิทธิ์ กรรมทรัพย์สินทางปัญญา (2556) ได้ให้ความหมายของลิขสิทธิ์ไว้ว่า "ลิขสิทธิ์ หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่มโดยการใช้สติปัญญาความรู้ ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะของตนเองในการสร้างสรรค์ โดยไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น โดยงานที่สร้างสรรค์ต้องเป็นงานตามประเภทที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้คุ้มครอง โดยผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองทันทีที่สร้างสรรค์โดยไม่ต้องจดทะเบียน" และกฎหมายลิขสิทธิ์จะให้ความคุ้มครองแก่งานสร้างสรรค์ 9 ประเภท ซึ่งได้แก่ งานวรรณกรรม (หนังสือ จุลสาร สิ่งพิมพ์ คำปราศรัย โปรแกรมคอมพิวเตอร์) งานนาฏกรรม (ท่ารำ ท่าเต้น) งานศิลปกรรม (จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย ศิลปะประยุกต์) งานดนตรีกรรม (ทำนอง ทำนองและเนื้อร้อง) งานสิ่งบันทึกเสียง (ซีดี) งานโสตทัศนวัสดุ (วีซีดี ดีวีดี ที่มีภาพหรือมีทั้งภาพและเสียง) งานภาพยนตร์ งานแพร่เสียงแพร่ภาพ งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ การรวบรวมเทคนิคที่ใช้ในการสร้างแบรนด์ ประกอบด้วย 4Ps ดังนี้. Product หมายถึง ผลิตภัณฑ์และขอบเขตของผลิตภัณฑ์ที่เราขาย ประกอบด้วย คุณภาพ (Quality) แบรนด์ และ ชื่อเสียง (Reputation) หรือทัศนคติที่ลูกค้ามี Price หมายถึง ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการ Place หมายถึง ช่องทางในการขายสินค้า หรือสถานที่ตั้งของร้าน รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงได้ของร้านค้า Promotion หมายถึง วิธีการโปรโมทสินค้ากับลูกค้า (Cate Farrall & Marianne Lindsley, 2008)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นถูกนิยามโดยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญอยู่มากมาย แต่จะมีความหมายที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้ Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard (2000) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภคว่า "พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายใช้สอยในสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำ



ดังกล่าวด้วย" ในขณะที่ Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk (1997) ก็ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่คล้ายคลึงกัน คือ "พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ" กล่าวคือ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การจัดหาและการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำมาใช้ในการบริโภค เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและเพื่อให้เกิดความพึงพอใจขึ้น

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร แขวงคลองจั่น และแขวงหัวหมาก จำนวน 148,974 คน (สำนักงานเขตบางกะปิ, 2559)

การวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) โดยคำนวณจากสูตร ทาโร ยามาเน (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 398.93 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบโควตา โดยแบ่งเป็น แขวงคลองจั่น จำนวน 200 คน และแขวงหัวหมากจำนวน 200 คน และแจกแบบสอบถามแบบสะดวกจนครบจำนวนตามที่กำหนดไว้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้มีการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ น้อยที่สุด (1) ถึงมากที่สุด (5) จำนวน 18 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเพื่อวัดค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) แล้วเรียบร้อย โดยมีวิธีการคือ ผู้เชี่ยวชาญจะให้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ และถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นได้รับการยอมรับและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ แต่ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.5 ลงมา ข้อคำถามนั้นต้องถูกตัดทิ้งไปหรือต้องถูกปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น (อรพนทร์ ชูชม, 2545) สำหรับแบบสอบถามงานวิจัยนี้ได้ค่าคะแนนมากกว่า 0.5 ทุกข้อ จากนั้นจึงนำไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การทดสอบ Cronbach Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.732 จึงถือว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach, L. J., 1951)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลของแบบสอบถาม และนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์

4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) คำถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญต่อการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตั้งแต่ น้อยที่สุด (1) ถึงมากที่สุด (5) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คะแนนค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ที่แบ่งเป็นช่วง ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง สำคัญมาก

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง สำคัญน้อย

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 56.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 66.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5001 ถึง 15000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00

ส่วนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ประเภท ซีดีภาพยนตร์ ละคร หรือซีรี่ย์มากที่สุด เหตุผลหลักในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ คือ เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ กล่องสี่เหลี่ยมจัตุรัส ประเภทของซีดีถูกลิขสิทธิ์ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ DVD ความถี่ในการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ในแต่ละครั้ง คือ 2-3 เดือนต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยต่อการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ในแต่ละครั้ง คือ 100 ถึง 500 บาท สถานที่ที่ใช้ในในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ ร้านจำหน่ายซีดี ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับซีดีถูกลิขสิทธิ์จากอินเตอร์เน็ต การส่งเสริมการขายที่ให้ความสนใจในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ มีการลดราคา

ส่วนที่ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	S.D.	ความสำคัญ	อันดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	0.50	มาก	1
2.ด้านราคา	4.17	0.57	มาก	4
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.18	0.67	มาก	3
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.20	0.69	มาก	2
รวม	4.23	0.61	มาก	

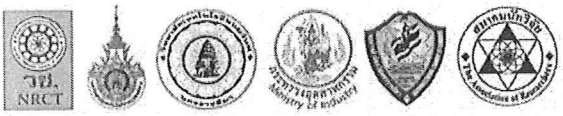
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งสี่ด้าน โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (Mean = 4.23, S.D. = 0.61)

ด้านผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	ความสำคัญ	อันดับ
1. สื่อที่ซื้อมีคุณภาพสูงกว่าของละเมิดลิขสิทธิ์	4.61	0.66	มากที่สุด	1
2. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทนทาน	4.42	0.65	มาก	3
3. มีความสะดวกในการใช้งาน ติดตั้ง	4.30	0.75	มาก	4
4. สื่อที่ซื้อถูกต้องตามกฎหมาย	4.52	0.64	มากที่สุด	2
5. มีการระบุรายละเอียดวิธีการใช้งานที่ที่ชัดเจน	4.17	0.76	มาก	6
6. มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	4.26	0.77	มาก	5
รวม	4.38	0.70	มาก	

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (Mean = 4.38, S.D. = 0.70) โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สื่อที่ซื้อมีคุณภาพสูงกว่าของละเมิดลิขสิทธิ์ (Mean = 4.61, S.D. = 0.66) และปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีการระบุรายละเอียดวิธีการใช้งานที่ที่ชัดเจน (Mean = 4.17, S.D. = 0.76)

ด้านราคา	Mean	S.D.	ความสำคัญ	อันดับ
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.50	0.64	มากที่สุด	1
2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับการซื้อผ่านช่องทางอื่นๆ	3.84	0.74	มาก	3
3. มีระดับราคาที่หลากหลายให้เลือกสรร	4.13	0.69	มาก	2
รวม	4.16	0.69	มาก	

ด้านราคา โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (Mean = 4.16, S.D. = 0.69) โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (Mean = 4.49, S.D. = 0.64) และ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับการซื้อผ่านช่องทางอื่นๆ (Mean = 3.84, S.D. = 0.75)



ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Mean	S.D.	ความสำคัญ	อันดับ
1. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ร้านค้า เว็บไซต์	4.27	0.76	มาก	1
2. ร้านที่จัดจำหน่ายใกล้กับที่พักอาศัย	4.24	0.97	มาก	3
3. ที่ตั้งของร้านสามารถเข้าถึงง่าย	4.26	0.80	มาก	2
4. การจัดวางตกแต่งสินค้าสวยงามและสะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.93	0.85	มาก	4
รวม	4.18	0.85	มาก	

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (Mean = 4.18, S.D. = 0.85) โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ร้านค้า เว็บไซต์ของร้านค้า (Mean = 4.27, S.D. = 0.76) และ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ การจัดวางตกแต่งสินค้ามีความสวยงามและสะดวกต่อการเลือกซื้อ (Mean = 3.93, S.D. = 0.85)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	S.D.	ความสำคัญ	อันดับ
1. มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ	4.11	0.82	มาก	4
2. มีของแถมหรือของสมนาคุณ เช่น เสื้อ พวงกุญแจ	4.27	0.84	มาก	3
3. มีการลดราคา	4.37	0.83	มาก	1
4. มีพนักงานให้คำแนะนำ	4.33	0.86	มาก	2
5. มีสิทธิพิเศษ เช่น รับบัตรเครดิต	3.93	0.87	มาก	5
รวม	4.18	0.85	มาก	

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (Mean = 4.20, S.D. = 0.84) โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ มีการลดราคา (Mean = 4.37, S.D. = 0.94) และ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีสิทธิพิเศษ เช่น รับบัตรเครดิต มีบัตรสมาชิกของร้าน (Mean = 3.93, S.D. = 0.94)

อภิปรายผล

ผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด มีระดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีอายุ 21-24 ปี อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5001 – 15000 บาท

พฤติกรรมการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ประเภท ซีดีภาพยนตร์ ละคร หรือซีรี่ย์มากที่สุด เหตุผลหลักในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ คือ เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ กล่องสี่เหลี่ยมจัตุรัส ประเภทของซีดีถูกลิขสิทธิ์ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ DVD ความถี่ในการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ในแต่ละครั้ง คือ 2-3 เดือนต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยต่อการซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ในแต่ละครั้ง คือ 100 ถึง 500 บาท สถานที่ที่ใช้ในในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ ร้านจำหน่ายซีดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราภรณ์ ชัยโสตถี (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจซีดีเพลงไทยถูกลิขสิทธิ์: กรณีศึกษา บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) พบว่า สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อแผ่นซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ ร้านซีดี คิดเป็นร้อยละ 50 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับซีดีถูกลิขสิทธิ์จากอินเตอร์เน็ต การส่งเสริมการขายที่ให้ความสนใจในการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์มากที่สุด คือ มีการลดราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์ของกลุ่มผู้อาศัยในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานครทั้งสี่ด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ คุณภาพของสื่อที่สูงกว่าของละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกิตติ์ เพ็งมีศรีและนิตนา ฐานิตธนกร (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพลงลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเพลงลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคต้องการคุณภาพของเสียงเพลงที่มีคุณภาพดีกว่าสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุด ด้านราคากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ความเหมาะสมของคุณภาพกับราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ร้านค้า เว็บไซต์ของร้านค้า และด้านการส่งเสริมการขาย คือ มีการลดราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธี รัตนเสนีย์

(2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สินค้าแบรนด์เนม กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมประชานิเวศน์ สำนักงานเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของนักเรียนอยู่ในระดับมาก การมีสินค้าลดราคาจากป้ายราคาปกติ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจซีดีถูกลิขสิทธิ์แต่ละประเภท ควรมีการจัดกิจกรรมร่วมกับร้านจำหน่ายซีดีให้มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์จากร้านจำหน่ายโดยตรง และควรจัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำกับลูกค้าเพื่อช่วยในการส่งเสริมการขาย

2. ผู้ประกอบการธุรกิจซีดีถูกลิขสิทธิ์แต่ละประเภท ควรพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีกว่าของละเมิดลิขสิทธิ์ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าเพื่อคุณภาพของสื่อ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอีก 3 ด้าน ประกอบด้วย People, Physical Evidence และ Process เพื่อหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับระดับความสำคัญทางด้านการบริการ ว่ามีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อซีดีถูกลิขสิทธิ์หรือไม่

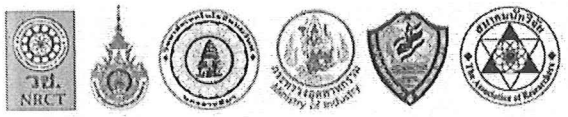
2. ควรดำเนินการศึกษากับผู้อาศัยในเขตอื่นๆ แล้วนำมาเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่าง เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การขาย รวมถึงนำไปใช้พัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านให้ดีขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2558). ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพย์สินทางปัญญา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ

จิราภรณ์ ชัยโสตถี. (2554). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์ตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจซีดีเพลงไทยถูกลิขสิทธิ์: กรณีศึกษาบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ



บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชาคริต มงคลธนตระกูล และ สุมิตตา เถื่อนเนาว์. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดาวน์โหลดเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ กรณีศึกษา นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. งานวิจัยปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐกิตติ์ เพ็งมีศรี และ นิตนา ฐานิตธนกร. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพลงลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. งานวิจัยปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นารา กิตติเมธีกุล. (2557). ตัวแบบเชิงโครงสร้างของพฤติกรรมการซื้อสินค้าลิขสิทธิ์ทีมสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. วารสารวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปีที่ 10, (ฉบับที่ 1) มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. 125-126.

พิเชฐ คุ้มพะเนียด (2556). ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์งานภาพยนตร์: ศึกษากรณีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยดึงสัญญาณภาพและเสียงจากโรงภาพยนตร์. การค้นคว้าอิสระนิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เมธี รัตนเสนีย์. (2553). พฤติกรรมการใช้สินค้าแบรนด์เนม กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมประชานิเวศน์ สำนักงานเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วริยา ล้ำเลิศ. (2557). สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในมิติประชาคมอาเซียน. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 54, (ฉบับที่ 1). 1-19.

สำนักงานเขตบางกะปิ. (2559). สถิติจำนวนประชากร. http://www.bangkok.go.th/bangkapi/page/sub/1183/สถิติจำนวนประชากร-25-มีนาคม-2559 สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2559

อรพินทร์ ชูชม. (2545). เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดทางพฤติกรรม. กรุงเทพ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาษาอังกฤษ

BSA (2014). The Compliance Gap. Retrieved from http://globalstudy.

bsa.org/2013/downloads/studies/2013GlobalSurvey_Study_en.pdf

Cate Farrall and Marianne Lindsley. (2008). Professional English in Use Marketing. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. New York, NY: Springer-Verlag.

International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2014). Global music industry market share data. Retrieved from http://www.ifpi.org/globalstatistics.php and https://en.m.wikipedia.org/wiki/Global_music_industry_market_share_data#IFPI_2014_data Accessed 13 March 2016.

Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. (2000). Consumer Behavior. Mason, OH: South-Western College Pub.

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. (1997). Consumer Behavior. New York, NY: Pearson.

The International Property Rights. (2015). the countries where property rights are most secure. Retrieved from http://internationalpropertyrightsindex.org/countries?f=&o=&r=AO Accessed 26 March 2016.

Yamane, Taro. 1967. Statistics, An Introductory Analysis. New York, NY: Harper & Row.