



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



โดย
นางสาวจรรุวรรณ ตั้งสุจริตวิจิตร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



โดย
นางสาวจรรุวรรณ ตั้งสุจริตวิจิตร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



โดย
นางสาวจาวรรณ ตั้งสุจริตวิจิตร

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

1248022 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : การเลือกซื้อแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี

จากรูวรรณ ตั้งสุจริตวิจิตร : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิชาเขตสารสนเทศเพชรบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์สุทธิมน ศรีโชค 82 หน้า.

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิชาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจการเลือกซื้อ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิชาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิชาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 334 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามแบบตัวเลือกและแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบโดยวิธี T-test และวิธี ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 19-20 ปี ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คณะวิทยาการจัดการ รายได้ต่อเดือน 4,001-6,000 บาท

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิชาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คำนึงถึงปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการ ตามลำดับ และด้านการส่งเสริมการขายเป็นอันดับสุดท้าย

3. ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พิจารณาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน โดยที่เพศชายพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้า ด้านการบริการและการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน พิจารณาด้านราคาพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีความแตกต่างจากนักศึกษาที่มีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป โดยที่โดยนักศึกษามีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท พิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาน้อยกว่านักศึกษาที่มีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป

5. ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับคณะวิชาที่ศึกษา ในการทดสอบรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้า มีความแตกต่างกัน นักศึกษาที่ศึกษาอยู่สัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรแตกต่างจากนักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยที่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่สัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรพิจารณาด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้านักศึกษามากกว่านักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ส่วนด้าน ราคา ผลิตภัณฑ์ การบริการและการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกัน

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือ และความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์สุทธิมน ศรีโชติ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือให้ข้อมูลการวิจัย โดยการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ และขอบคุณเพื่อนนักศึกษาทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอขอบพระคุณ บิดามารดา ที่ส่งเสริมในทุกๆ ด้านแก่ผู้วิจัย ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์.....	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์.....	6
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
แนวคิดด้านส่วนผสมทางการตลาด.....	14
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	17
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	17
การสุ่มตัวอย่าง.....	17
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	18
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	19
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา.....	21
ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	26
ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	37

บทที่	หน้า
ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติต่างๆ.....	42
การทดสอบสมมุติฐาน.....	45
5 สรุปลักษณะประสิทธิผล และข้อเสนอแนะ.....	65
สรุปผลการวิจัย.....	65
การอภิปรายผล.....	69
ข้อเสนอแนะ.....	70
บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม.....	75
ประวัติผู้วิจัย.....	82

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และอายุ.....	21
2	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา.....	22
3	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และคณะวิชา.....	22
4	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และรายได้ต่อเดือน.....	23
5	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และระดับการศึกษา.....	23
6	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และรายได้ต่อเดือน.....	24
7	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน.....	25
8	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ซื้อ.....	26
9	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชาและประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ซื้อ.....	26
10	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	27
11	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และจำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง.....	28
12	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และจำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง.....	28
13	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และจำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง.....	29
14	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และสถานที่ที่นักศึกษาซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	30
15	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และสถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	30
16	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามสถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และรายได้ต่อเดือน.....	31
17	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และการมีและไม่มีร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	32

ตารางที่	หน้า
18	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และการมีและไม่มีร้าน ประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์..... 32
19	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือนและการมีและ ไม่มีร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์..... 33
20	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง หากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง..... 34
21	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะและวิชาพฤติกรรมที่เปลี่ยน แปลงหากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง..... 35
22	แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมที่ เปลี่ยนแปลงหากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง..... 36
23	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา..... 37
24	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านราคา..... 38
25	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาด้านผลิตภัณฑ์..... 39
26	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า..... 40
27	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย..... 41
28	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อซีดี ลิขสิทธิ์..... 42
29	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์..... 43
30	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อจริยธรรม และกฎหมาย 44
31	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามเพศ..... 45

ตารางที่	หน้า
32	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามเพศ..... 46
33	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ..... 47
34	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาจำแนกตามเพศ..... 48
35	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านบริการและการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาจำแนกตามเพศ..... 49
36	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 50
37	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 51
38	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Scheffe..... 52
39	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยด้านการบริการและการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Scheffe..... 53
40	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามคณะวิชา..... 54
41	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามคณะวิชา..... 55
42	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยปัจจัยช่องทางจำหน่ายสินค้าโดยใช้วิธี Scheffe 56
43	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อหนึ่งครั้ง..... 57

ตารางที่	หน้า
44	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อหนึ่งครั้ง..... 58
45	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ต่อครั้ง โดยใช้วิธี Scheffe 59
46	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สอดคล้องกับทศนคติด้านกฎหมายของนักศึกษาจำแนกตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงเมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด..... 60
47	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของทศนคติด้านกฎหมายของนักศึกษาจำแนกตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงเมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด..... 62
48	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทศนคติด้านกฎหมาย การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีความผิดทางศีลธรรม โดยใช้วิธี Scheffe..... 63
49	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทศนคติด้านกฎหมายการกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ ส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง โดยใช้วิธี Scheffe..... 64

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านต่างๆ ได้ก้าวหน้าไปมาก รวมทั้งเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสิ่งบันทึกเสียงและภาพในอุตสาหกรรมบันเทิง จากการบันทึกลงแผ่นเสียงจนมาเป็นเทปคาสเซ็ท และปัจจุบันก้าวหน้ามาเป็นการบันทึกลงในแผ่นคอมแพ็คดิสก์ (Compact disc) หรือ “แผ่นซีดีและแผ่นวีดีโอซีดี” นอกจากความได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพ คือ ไม่เสื่อมคุณภาพได้ง่ายนัก มีน้ำหนักเบา สะดวกในการพกพาและใช้งานง่าย เรายังเราสามารถทำสำเนา (Copy) แผ่นซีดีเหล่านั้นได้อย่างง่ายดาย หากเป็นในระดับผู้ใช้ทั่วไป สามารถทำได้ด้วยเครื่องเขียนซีดี (CD-Writer) แผ่นที่ได้จากการเขียนด้วยเครื่องเขียนซีดีนี้ อาจไม่เหมือนแผ่นต้นฉบับทุกประการ เพราะอาจเกิดความผิดพลาดในการเขียนข้อมูล แผ่นแบบนี้เรารู้จักกันโดยทั่วไปว่า “แผ่นไรต์” (Write) ส่วนการทำสำเนาที่ผลิตเป็นธุรกิจขายอย่างแพร่หลายนั้น จะใช้เครื่องผลิตแผ่นซีดีหรือเครื่องปั๊มซีดี แผ่นที่ได้จากเครื่องผลิตแผ่นซีดี จะมีข้อมูลเหมือนกับต้นฉบับทุกประการ โดยแผ่นแบบนี้เรารู้จักกันโดยทั่วไปว่า “แผ่นปั๊ม”

ไม่ว่าจะเป็น “แผ่นไรต์” หรือ “แผ่นปั๊ม” หากเป็นการลอกแบบ (Copy) ออกมาขายโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือผู้ที่สร้างสรรค์ผลงานนั้น ถือได้ว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า “แผ่นซีดีเถื่อน” ซึ่งแผ่นซีดีเถื่อนเหล่านี้จะไม่ต้องเสียค่าลิขสิทธิ์ ค่าโฆษณา รวมถึงไม่ต้องเสียว่าเพลงหรือภาพยนตร์ที่นำมาบรรจุลงแผ่นนั้นจะขายได้หรือไม่ เนื่องจากส่วนใหญ่มักเลือกบรรจุแต่เพลงหรือภาพยนตร์ที่กำลังได้รับความนิยม ดังนั้นจึงทำให้แผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ผลิตออกมามีราคาขายถูกกว่าแผ่นซีดีของจริงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์มาก

ระบบกฎหมายของไทยมีบทบัญญัติเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ที่ประกาศใช้อย่างเป็นทางการ แต่ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงและภาพยนตร์รวมทั้งการลอกเลียนแบบและผลิตซ้ำผลงานสร้างสรรค์ทางดนตรีและภาพยนตร์ก็ยังปรากฏซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนเสมือนว่าเป็นเรื่องปกติในสังคมไทย ปัญหาเหล่านี้ทั้งภาครัฐและเอกชนได้พยายามที่จะหาวิธีแก้ไข แต่ก็ยังไม่สามารถหามาตรการที่จะลดความรุนแรงของปัญหาลงได้ ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีระดับความรุนแรงด้านละเมิดลิขสิทธิ์ “อันดับ 3” ของภูมิภาค รองจากจีนและฮ่องกง นับจากมูลค่าที่มีการจับกุมจากกรม

ศาลการประมาณปีละ 1 พันล้านบาท ซึ่งตั้งแต่ต้นปี 2550 ถึงต้นปี 2551 จับได้แล้ว 3 ล้านแผ่น เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าความเสียหายและจับได้มากที่สุด โดยมีผู้ประเมินว่า แต่ละปีอุตสาหกรรมบันเทิงไทย ทั้งหนังและเพลงได้รับความเสียหายจากแผ่นผีประมาณ 2,500 ล้านบาท (กรุงเทพฯ, 3 มี.ค. 2551) พล.ต.ต.วิสุทธิ กล่าว

เหตุที่ ปศท. ยังปราบไม่หมดเป็นเพราะมีบางส่วนสร้างรายได้จากการซื้อความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ หลังซื้อไปมอบอำนาจ ก็จะเช่าตามร้านเพื่อเก็บผลประโยชน์เป็นรายเดือน ถ้าจ่ายเงินก็ไม่แจ้งตำรวจจับ หากไม่ให้ก็จะแจ้งตำรวจจับ หลังจากนั้น เมื่อจับแล้วอาจจะมาขอความกัน ซึ่งเป็นปัญหาที่ทำให้การปราบปรามการละเมิดไม่เป็นผล ส่วนมากจะเป็นคดีลิขสิทธิ์ เพราะยอมความกันได้ ขณะเดียวกันยังมียุทธการวางสายแฝงคล้ายกับขอทาน คือ มีรถตู้ปล่อยตามจุดค้นละ 10 แผง ว่าจ้างผู้ชาย 250 บาทต่อวัน พร้อมกับแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์จากการจำหน่าย ซึ่งเฉพาะกำไรประมาณ 2,000-3,000 บาทต่อราย รวมแล้วคันละประมาณ 20,000-30,000 บาทต่อวัน นั่นเป็นรายได้ที่มากพอสมควร สิ่งที่ทำให้ยากในการจับกุม ส่วนใหญ่จะเป็นซีดีหรือดีวีดี ที่มีเฉพาะ โบรชัวร์หรือใบปิดหนังให้เลือก แต่ไม่มีของกลาง ใช้วิธีโทรสั่งเป็นทอดๆ ประมาณ 4-5 ทอด กว่าที่จะถึงสต็อกสินค้า การล่อซื้อจึงทำได้ยาก (กรุงเทพฯ, 3 มี.ค. 2551)

การละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานด้านความบันเทิงมีโทษทางด้านกฎหมาย ทั้งที่ผิดศีลธรรมอันดีงามและยังสร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของผู้อื่นรวมถึงเป็นแหล่งเสื่อมโทรมทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันดีงามของประเทศชาติ การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงมุ่งประเด็นความสำคัญที่การศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับ “ทัศนคติ” และ “ปัจจัย” ที่นำไปสู่การเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ว่าไปในแนวทางใด และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์หาแนวทางการแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. ศึกษากระบวนการเลือกซื้อแผ่นซีดีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
3. ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีเกี่ยวกับซีดีลิขสิทธิ์ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ และกฎหมายเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4P's) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อครั้งที่แตกต่างกัน ไม่มีปัจจัยการตัดสินใจซื้อ ด้านราคาแตกต่างกัน
3. การมีทัศนคติต่อกฎหมายที่แตกต่างกัน เมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด ผู้บริโภคจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

4. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีขอบเขตดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 2,022 คน (สำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มหาวิทยาลัยศิลปากร 2551)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี (สำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มหาวิทยาลัยศิลปากร 2551) กำหนดขนาดด้วยวิธี ทาโร ยามานะ (Yamane 1973 : 125, อ้างถึงใน จิตราภา กุณทลบุตร 2550 : 120) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 334 คน

ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

เริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2551 ถึง เดือนมกราคม 2552

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จากการค้นคว้า ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมารวบรวมและสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแผนภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ตัวแปรต้น



5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. ทำให้ทราบถึงทัศนคติที่นักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีต่อแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแผ่นซีดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
4. ทราบแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การขายซีดีลิขสิทธิ์ และปรับปรุงกฎหมายการละเมิดลิขสิทธิ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

6. นิยามศัพท์

แผ่นซีดี (Compact Disc) มีลักษณะเป็นแผ่นพลาสติกแบนกลมผิวหน้าเคลือบด้วยโลหะสะท้อนแสง มีทั้งขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 8 และ 12 เซนติเมตร และมีรูกลมตรงกลาง แผ่นหนึ่งมีความจุข้อมูลตั้งแต่ 680 – 700 เมกะไบต์ สามารถเล่นได้ยาวนาน 74 – 80 นาที บันทึกข้อมูลได้ทั้ง ตัวอักษร เสียงภาพเคลื่อนไหว (จันทร์จิรา วีระยุทธวิไล 2544 : 9)

แผ่นซีดีเพลง MP3 หมายถึง แผ่นซีดีที่มีขนาดความจุ 680 – 700 เมกะไบต์ สามารถบันทึกเพลง MP3 ได้เกือบ 200 เพลงในแผ่นเดียว เนื่องจากเป็นไฟล์ที่ได้รับการบีบอัดจนมีขนาดเล็กแต่มีคุณภาพเสียงเทียบเท่าซีดีเพลง แผ่นซีดีเพลง MP3 จะประกอบไปด้วยเพลงของศิลปินหลายอัลบั้ม จากหลายค่าย (จันทร์จิรา วีระยุทธวิไล 2544 : 9)

แผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ หมายถึง แผ่นซีดีที่ผลิต หรือ ทำสำเนา (Copy) ขึ้นมา และจำหน่าย โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้น แผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์นั้นนิยมเรียกกันทั่วไปว่า “ซีดีเถื่อน” จุดสังเกตที่เห็นได้ชัดคือ บนปกหลังของแผ่นซีดีมักจะไม่ระบุที่อยู่ติดต่อได้ของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย (จันทร์จิรา วีระยุทธวิไล 2544 : 9)

แผ่นซีดีลิขสิทธิ์ หมายถึง แผ่นซีดีที่ผลิต หรือ ทำสำเนา (Copy) ขึ้นมา และจำหน่าย โดยได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้น บนปกหลังของแผ่นซีดีจะระบุที่อยู่ติดต่อได้ของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หากเป็นวีซีดี จะต้องมีการ์ดหมายที่แสดงว่าผ่านการตรวจสอบแล้ว (จันทร์จิรา วีระยุทธวิไล 2544 : 9)

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” ได้มีแนวความคิดหลัก ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาใช้ในการสนับสนุนการศึกษาครั้งนี้ดังต่อไปนี้

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์

1.1 ความหมายของลิขสิทธิ์

ตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2537 ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2538 จนถึงปัจจุบัน ได้ให้ความหมายของคำว่าลิขสิทธิ์ไว้ว่า เป็นทรัพย์สินทางปัญญาอย่างหนึ่ง ที่กฎหมายให้ความคุ้มครอง โดยให้เจ้าของลิขสิทธิ์ถือสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานสร้างสรรค์ที่ตนได้กระทำขึ้น (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2537)

1.2 งานอันมีลิขสิทธิ์

งานอันมีลิขสิทธิ์ คือ งานสร้างสรรค์ที่จะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ต้องเป็นงานในสาขาวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ รวมถึงงานอื่นๆ ในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ งานเหล่านี้ถือเป็นผลงาน ที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะ ในการสร้างสรรค์งานให้เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2537)

1.3 การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ สิทธิในลิขสิทธิ์เกิดขึ้นทันที นับแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ผลงานออกมาโดยไม่ต้องจดทะเบียน หรือผ่านพิธีการใดๆ (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2537)

1.4 การคุ้มครองลิขสิทธิ์

การคุ้มครองลิขสิทธิ์ ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในการใช้ประโยชน์จากผลงานสร้างสรรค์ของตน ในการทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน รวมทั้งสิทธิในการให้เช่า โดยทั่วไปอายุการคุ้มครองสิทธิจะมีผลเกิดขึ้นทันทีที่มีการสร้างสรรค์ผลงาน โดยความคุ้มครองนี้จะมีตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ และคุ้มครองต่อไปอีก 50 ปีนับแต่ผู้สร้างสรรค์เสียชีวิต (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2537)

1.5 สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณะ ให้เช่า รวมถึงมีสิทธิให้ประโยชน์อันเกิดจากสิทธิแก่ผู้อื่น หรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิในการทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณะ ให้เช่างานอันมีลิขสิทธิ์ดังกล่าว นอกจากนี้เจ้าของลิขสิทธิ์ยังมีสิทธิที่จะแสดงตนเป็นเจ้าของงาน และห้ามมิให้ผู้รับโอน หรือบุคคลใดบิดเบือน ดัดทอน ดัดแปลง หรือทำประการอื่นใดแก่งานนั้น จนเกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์งานนั้นได้ (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2537)

1.6 การละเมิดลิขสิทธิ์

1.6.1 การละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรง คือ การทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่โปรแกรมคอมพิวเตอร์แก่สาธารณชน รวมทั้งการนำต้นฉบับหรือสำเนางานดังกล่าวออกให้เช่า โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

1.6.2 การละเมิดลิขสิทธิ์โดยอ้อม คือ การกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อแสวงหากำไร โดยรู้ หรือมีเหตุอันควรรู้ว่าป็นงานละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น การกระทำความดังกล่าวได้แก่ การขาย เสนอขาย หรือให้เช่า การเผยแพร่ต่อสาธารณชน การแจกจ่ายที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของ

อย่างไรก็ตาม ได้มีข้อยกเว้นสำหรับการละเมิดลิขสิทธิ์ หากมีงานอันมีลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่แสวงหากำไร เช่น นำมาทำซ้ำดัดแปลงเพื่อการศึกษา เพื่อประโยชน์ของสังคม หรือนำมาใช้ส่วนตัว รวมทั้งการนำเสนอข่าว การติชม วิพากษ์และนำเสนอผลงานนั้น ไม่ถือเป็นการละเมิด

ลิขสิทธิ์ ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขหลัก 2 ประการ คือ ไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร และไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2537)

1.7 บทกำหนดโทษ

1.7.1 การละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรง มีโทษปรับตั้งแต่ 20,000 บาท ถึง 200,000 บาท หากเป็นการกระทำเพื่อการค้า มีโทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 4 ปี หรือปรับตั้งแต่ 100,000 บาท ถึง 800,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

1.7.2 การละเมิดลิขสิทธิ์โดยอ้อม มีโทษปรับตั้งแต่ 10,000 บาท ถึง 100,000 บาท หากเป็นการกระทำเพื่อการค้า มีโทษจำคุกตั้งแต่ 3 เดือน ถึง 2 ปี หรือปรับตั้งแต่ 50,000 บาท ถึง 400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดกระทำความผิดต้องระวางโทษตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ฉบับนี้ เมื่อพ้นโทษแล้ว ยังไม่ครบกำหนดห้าปีกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัตินี้อีก จะต้องระวางโทษเป็นสองเท่าของโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้น

กรณีที่ดินบุคคลกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ถือว่ากรรมการหรือผู้จัดการทุกคนของนิติบุคคลนั้นเป็นผู้ร่วมกระทำความผิดกับนิติบุคคลนั้น เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่ามิได้รู้เห็นหรือยินยอมด้วย

ค่าปรับที่ได้มีการชำระตามคำพิพากษานั้น ครึ่งหนึ่งจะตกเป็นของเจ้าของลิขสิทธิ์ หารอีกครึ่งก็ตีการได้รับค่าปรับดังกล่าวไม่กระทบต่อสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ ที่จะฟ้องเรียกค่าเสียหายในทางแพ่งสำหรับส่วนที่เกินจำนวนเงินค่าปรับที่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้รับไว้แล้วนั้น (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1.8 ความแตกต่างของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และมีลิขสิทธิ์

IFPI (International Federation of Phonographic Industry) หรือ สมาพันธ์ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียงระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียงกว่า 1,100 บริษัท จาก 70 ประเทศทั่วโลก สำหรับในประเทศไทย เช่น BMG, EMI, Sony Music, Warner Music Thailand, Universal, PolyGram เป็นต้น ได้ระบุถึงความแตกต่างของแผ่นซีดีเพลงที่มีลิขสิทธิ์ และละเมิดลิขสิทธิ์ไว้ในเอกสารเผยแพร่ “แนใจหรือว่าเทป – ซีดีของคุณ คือ สินค้าลิขสิทธิ์” (ifpi Thai Group 2543) ดังนี้

1.8.1 ความคมชัดของปก แผ่นซีดีที่มีลิขสิทธิ์จะมีความคมชัดสวยงามกว่าหรือภาพปกอาจแตกต่างกัน (ปัจจุบันนี้ ความคมชัดของปกจะไม่ค่อยแตกต่างกัน)

1.8.2 ฉลาก ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ผลิต จะต้องติดฉลากราคา ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ ส่วนผู้ที่ผลิตของละเมิดลิขสิทธิ์มักจะไม่ปลอมฉลาก เนื่องจากเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตและเป็นความผิดอาญาแผ่นดิน

1.8.3 ลักษณะของแผ่นซีดี สีบนแผ่นซีดีที่มีลิขสิทธิ์จะมีความคมชัด มีรายละเอียด ไม่มีการเลอะเลือนของสีและรูปภาพ ส่วนวงในสุดของซีดีลิขสิทธิ์ (ตรงส่วนสะท้อนแสง) จะมี ifpi code ปรากฏอยู่เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษนำด้วย ifpi และตามด้วยตัวเลขหรือตัวอักษร และในวงพลาสติกสีขาวหรือใสจะมี sid code นำด้วยอักษร ifpi ปรากฏอยู่ซึ่งสามารถสัมผัสได้โดยใช้ปลายนิ้วมือลูบ

1.8.4 ราคา นับได้ว่าเป็นสิ่งที่บอกความแตกต่างระหว่างแผ่นซีดีเพลงที่มีลิขสิทธิ์และละเมิดลิขสิทธิ์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากของปลอมจะไม่มีต้นทุนการผลิต เช่น หลีกเลียงภาษี ไม่มีค่าโฆษณา ไม่ต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้นักแต่งเพลง ไม่ต้องจ่ายค่าแสดงให้นักร้อง นักแสดง ศิลปิน เงินจากการขายจะเข้าสู่กระเป๋าผู้ขายหรือผู้ผลิตโดยตรง ดังนั้นสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มักจะขายในราคาที่ถูกลงกว่าสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ กว่าครึ่งหนึ่ง

2. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ท่าที หรือ ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เจตคติถือเป็นกิริยาท่าที ความรู้สึกรวมๆของบุคคลที่เกิดจากความพร้อมหรือความโน้มเอียงของจิตใจหรือประสาท ซึ่งแสดงออกเพื่อโต้ตอบสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะแสดงออกโดยทางสนับสนุน เห็นดีเห็นชอบด้วยหรือต่อต้าน ไม่เห็นดีเห็นชอบด้วยก็ได้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ 2540 : 11)

ทัศนคติ เป็นความเชื่อและความรู้สึกที่ทนทาน และได้รับการจัดระเบียบ ซึ่งมักเป็นตัวผลักดันให้เรากระทำไปในทิศทางนั้นๆ ทัศนคติจึงมีองค์ประกอบทั้งด้านความคิด อารมณ์และการกระทำ (ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ 2531 : 179)

ทัศนคติ เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิตของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ (Roger 1978 : 208, อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร 2533 : 122)

2.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของ ทัศนคติ ดังกล่าว ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen 1970, อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ 2531 : 49) สามารถแยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ

2.2.1 องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั้งส่วนที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งนั้นไม่ดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2.2.2 องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และเกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของบุคคล

2.2.3 องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบทางด้านความรู้ ความนึกคิด และองค์ประกอบทางด้านความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมี ทัศนคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจาก บุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทาง ด้านความคิด ความรู้ หรือความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบ ขึ้นพื้นฐานของทัศนคติและส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้อง สัมพันธ์ กับ ความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวก และทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ และ การเรียนรู้

2.3 ประเภทของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 ประการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะประกอบขึ้นเป็นทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยบุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ใน 3 ประเภท (ศศิวิมล ปาลศรี 2538 : 16) คือ

2.3.1 ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึกหรืออารมณ์ที่ดีตอบออกไปในด้านที่ดีต่อบุคคลอื่น หรือต่อเรื่องราวต่าง ๆ รวมทั้งต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ

2.3.2 ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกไม่ดี เป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และอื่น ๆ

2.3.3 ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาต่าง ๆ หรือไม่แสดงความคิดเห็นใด ๆ ต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลหนึ่งอาจจะมีเพียงประการเดียว หรือหลายประเภท รวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้แล้ว ทัศนคติในแต่ละประเภทที่เกิดขึ้นนั้น สามารถมีความเข้มข้นแตกต่างกันได้ เช่น ทัศนคติเชิงบวก อาจเป็นทัศนคติที่ดีมากหรือน้อย แตกต่างกันได้ หรือถ้าเป็นทัศนคติเชิงลบอาจเป็นทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นมากหรือน้อยแตกต่างกันได้

2.4 การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Sources of attitudes) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย (ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2520 : 6) แหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ ก็คือ

2.4.1 ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมี ประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไป ตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นาย ก เคยพูดคุยกับนาย ข ด้วยไมตรีที่ดี ก็จะทำให้ นาย ก รู้สึกชอบหรือมีทัศนคติที่ดีต่อนาย ข เป็นต้น

2.4.2 การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การ ได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้เด็กมีทัศนคติต่อ การกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับการสั่งสอนมา

2.4.3 สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้น ได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่ไม่ชอบสิ่งใด เด็กก็จะเลียนแบบคือไม่ชอบ สิ่งนั้นไปด้วย

2.4.4 ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคล หลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบัน เหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

2.5 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายประการด้วยกัน (สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์ 2541 : 22) คือ

2.5.1 การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อ บุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันพื้นฐานร่างกาย

อยู่ ตัวบุคคลดังกล่าวจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคล หรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้และในทางตรงกันข้ามจะสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของหรือบุคคลที่ขัดขวางมิให้เขาตอบสนองความต้องการได้

2.5.2 ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา รวมทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสาร ข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่ตัวบุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

2.5.3 การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติบางอย่างอาจจะมาจากกลุ่มที่เขาเกี่ยวข้องกับ (เช่น ครอบครัว วัดที่ไปประกอบศาสนกิจ ในกลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา และกลุ่มสังคมต่างๆ) ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

2.5.4 ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มานั้นจนกลายเป็นทัศนคติได้ เช่นในกรณีของการซื้อสินค้าเป็นตัวอย่าง ถ้าหากคนใดคนหนึ่งจิตใจในรสชาติอาหารในภัตตาคารแห่งหนึ่ง เขาอาจมีทัศนคติที่ดีต่อร้านนั้นและจะกลับไปกินอีกเสมอ ถ้าหากเกิดความไม่ชอบใจหรือผิดหวังครั้งใดครั้งหนึ่ง ก็อาจทำให้ทัศนคติเปลี่ยนไปในทางที่ไม่ดี จะทำให้ไม่กลับไปกินอีกเลยก็ได้

2.5.5 ลักษณะท่าทาง (Personality) ถึงแม้ว่าลักษณะท่าทางจะเป็นเรื่องที่มีความหมายกว้างที่สุดตามที่กล่าวมาแล้วก็ตาม แต่ลักษณะท่าทางหลายประการ ต่างก็มีส่วนในทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคลได้ด้วย

ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้มิได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใด เพราะปัจจัยแต่ละปัจจัยเหล่านี้ ตัวไหนมีความสำคัญมากกว่านั้น ย่อมขึ้นอยู่กับกรณีที่บุคคลนั้นได้เกี่ยวข้องกับสิ่งของหรือแนวความคิดที่มีลักษณะแตกต่างกันไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 27)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (searching) การซื้อ (purchase) การใช้ (using) การประเมินผล (evaluating) และการใช้จ่าย (disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจ

และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (evaluating) การจัดหา (acquiring) การใช้ (using) และการใช้จ่าย (disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539 : 3)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับแต่ละบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร และกระบวนการที่กลุ่มดังกล่าวใช้ในการเลือก การได้มา การใช้ และการกำจัด ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือประสบการณ์ (Experience) หรือแนวคิดรวบยอด (Concepts) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความจำเป็น (Needs) และศึกษาผลกระทบของกระบวนการดังกล่าวที่มีต่อผู้บริโภคและสังคม (สุภาภรณ์ พลนิกร 2548 : 4)

3.2 ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค

คำถามที่ใช้เพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค อ้างอิงถึงในการบริหารการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539 : 107) ซึ่งประกอบด้วย

3.2.1 ใครอยู่ในตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Who is in the target market ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย เช่น ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรม

3.2.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึง สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

3.2.3 ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อซึ่งจะต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมและปัจจัยเฉพาะบุคคล

3.2.4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่มผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ และผู้บริโภค

3.2.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน เป็นต้น

3.2.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า

3.2.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจซื้อและความรู้สึกภายหลังการซื้อ

4. แนวคิดด้านส่วนผสมทางการตลาด

4.1 ความหมายของส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็น ปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการ วางกลยุทธ์ทางการตลาด (สุดาตวง เรื่องธุรกิจ 2543 : 29)

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และสามารถที่จะ เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม เพื่อให้กิจการอยู่รอดหรืออาจเรียกได้ ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ (กุลวดี คุหะโรจนานนท์ 2545 : 16)

4.2 องค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ส่วน (ศิริวรรณ เสรี รัตน์ และคณะ 2541 : 33) คือ

4.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนอง ความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และ สัมผัสไม่ได้ เช่นบรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) คุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

4.2.2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้อง จ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือ หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบ ระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการ ยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน

4.2.3การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสาร เพื่อสร้าง ความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความ ต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และ พฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ เช่น การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal

selling) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หรือการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation: PR)

4.2.4 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชากริต จันทิมา (2546) ศึกษา พฤติกรรมการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการซื้อทั้งซีดีลิขสิทธิ์และซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้บริโภคมีความถี่ในการไปร้านขายซีดีเดือนละ 1-3 ครั้งและใช้ช่วงเวลากการเลือกซื้อซีดีในช่วงเวลาที่ซีดีน่าสนใจออกจำหน่าย ในการซื้อซีดีแต่ละครั้งใช้เงินต่ำกว่า 250 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีสิ่งคำนึงในการเลือกซื้อซีดี คือ ภาพยนตร์หรือเพลงที่สนใจ ด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าซีดีที่ราคาต่างกันจะมีผลต่อการเลือกซื้อ มาก ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในปัจจุบันมีราคาถูก ด้านสถานที่จัดจำหน่ายผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อซีดีที่ร้านขายซีดีทั่วไปและไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าร้านจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีจำนวนซีดีให้เลือกมากหลากหลาย ด้านการส่งเสริมการขายผู้บริโภคส่วนมากอาศัยการสื่อข่าวสารการจำหน่ายซีดีจากการบอกต่อในการตัดสินใจซื้อ ทักษณคดีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายพบว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มียังมีคุณภาพไม่ใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์

ไกรวุฒิ อาขามงคล (2546) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดมีการรับรู้ถึงการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในปัจจุบันและเคยซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ และยังทราบว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ซื้อเป็นสินค้าผิด โดยมักจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนส่วนตัวมากกว่าการใช้เพื่อเก็บสะสมหรือศึกษาหรือธุรกิจการค้า สำหรับด้านสถานที่หรือแหล่งที่กลุ่มตัวอย่างซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ พบว่า แหล่งที่ผู้ซื้อนิยมมากที่สุดคือ คลองถม, ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า และศูนย์การค้าตะวันนาพลาซ่า นอกจากนี้ยังพบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการไปยังแหล่งขายและความถี่ในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่เหมือนกัน คือ ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือนมากที่สุด และส่วนใหญ่จะไปยังแหล่งขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในช่วงเวลาที่มีซีดีที่สนใจออกจำหน่ายใหม่มากที่สุด ด้านปริมาณการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์ต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ต่อครั้ง จำนวน 2 แผ่น/ครั้ง และใช้เงินในการซื้อต่อครั้งจำนวน 101 – 200 บาท/ครั้งมากที่สุด แต่สำหรับด้านการตัดสินใจเลิกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์นั้น พบว่า ส่วนใหญ่อยุ่ละ 80.5 ยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในปัจจุบัน โดยจะยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถึงแม้รัฐบาลจะมีการเข้มงวดในการจับกุมมากถึงร้อยละ 34.1 และร้อยละ 33.9 จะหยุดซื้อชั่วคราวจนกว่ารัฐบาลจะเลิกเข้มงวดการจับกุมแล้วกลับมาซื้อใหม่



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 2,022 คน (สำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มหาวิทยาลัยศิลปากร 2551)

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) ด้วยวิธี ทาโร ยามาเน (Yamane 1973 : 125, อ้างถึงใน จิตราภา กุณฑลบุตร 2550 : 120) ได้จำนวนทั้งสิ้น 334 คน

สูตร
$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

เมื่อ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทนขนาดของประชากร

e แทนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับ

5%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แทนค่า $N = 2,022$

$e = 0.05$

$$n = \frac{2,022}{1 + 2,022(0.05)^2}$$

$n = 333.93 \approx 334$

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามจำนวน 334 ชุด ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการทดลองโดยการเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีจำนวน 30 ชุด แล้วทดสอบความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for Social Science: SPSS) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.74 แล้วทำการปรับปรุงโดยผ่านความคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้มีการแบ่งโครงสร้าง ออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หรือข้อมูลเบื้องต้นของนักศึกษาซึ่งได้แก่ เพศ อายุ คณะวิชา ซึ่งแบบสอบถามจะมีตัวเลือกตอบจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามทางด้านพฤติกรรม ซึ่งแบบสอบถามจะมีตัวเลือกตอบจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ โดยใช้ตัวเลขแทนระดับความเห็นมาก-น้อย จำนวน 19 ข้อ

คะแนน ตัวเลือก มีการแบ่งตัวเลขเป็นคะแนนดังนี้

5 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุด

4 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มาก

3 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ปานกลาง

2 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อย

1 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ซีดีลิขสิทธิ์จรรยาบรรณและกฎหมาย โดยใช้ตัวเลขแทนระดับความเห็นมาก-น้อย จำนวน 15 ข้อ

คะแนน ตัวเลือก มีการแบ่งตัวเลขเป็นคะแนนดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งของข้อมูล 2 ชนิด คือข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่จัดทำขึ้น โดยให้นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กรอกแบบสอบถามด้วยตนเองตามทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปิดและมีทางเลือกหลายๆ ทางเลือกให้ตอบ โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามเป็นรายบุคคลด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อความสมบูรณ์และความครบถ้วน การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ จากเอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ หนังสือพิมพ์ และข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ รวมไปถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน และคัดเลือกฉบับที่ตอบสมบูรณ์
2. นำแบบสอบถามที่คัดเลือกแล้วมาดำเนินการให้คะแนนตามเกณฑ์
3. นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science: SPSS)

4. วิเคราะห์ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

5. ทำการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เป็นรายข้อ รายด้าน และโดยรวม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยการประมาณค่า (ธีรวิบูลย์ เอกะกุล 2549 : 116) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

6. ทำการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ซีดีลิขสิทธิ์ จริยธรรมและกฎหมายเป็นรายข้อ รายด้าน และโดยรวม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยการประมาณค่า (ธีรวิไล เอกะกุล 2549 : 116) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

7. วิเคราะห์แบบสอบถามด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์จากโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย ทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science: SPSS) ในการทดสอบค่า t (t-test) และ One – Way ANOVA



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี แบ่งออกได้เป็น 5 หัวข้อ ได้แก่

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา
2. ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
3. ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
4. ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติต่างๆ
5. การทดสอบสมมติฐาน

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา

ตัวอย่างของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ใช้ในการ
วิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้น 334 คน สอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา ได้แก่
รายละเอียดเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะวิชา และรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และอายุ

เพศ	อายุ				รวม
	17-18 ปี	19-20 ปี	21-22 ปี	23-24 ปี	
ชาย	30 (9.00)	66 (19.80)	51 (15.30)	0 (0.00)	147 (44.00)
หญิง	26 (7.80)	83 (24.90)	74 (22.20)	4 (1.20)	187 (56.00)
รวม	56 (16.80)	149 (44.60)	125 (37.40)	4 (1.20)	334 (100.00)

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.80 และ 24.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา

เพศ	ระดับการศึกษา				รวม
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	
ชาย	44 (13.20)	55 (16.50)	30 (9.00)	18 (5.40)	147 (44.00)
หญิง	54 (16.20)	48 (14.40)	58 (17.40)	27 (8.10)	187 (56.00)
รวม	98 (29.30)	103 (30.80)	88 (26.30)	45 (13.50)	334 (100.00)

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 16.50 และเพศหญิงส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 17.40

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และคณะวิชา

เพศ	คณะวิชา			รวม
	คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิทยาการ จัดการ	คณะเทคโนโลยี สารสนเทศและการ สื่อสาร	
ชาย	35 (10.50)	66 (19.80)	46 (13.80)	147 (44.00)
หญิง	41 (12.30)	100 (29.90)	46 (13.80)	187 (56.00)
รวม	76 (22.80)	166 (49.70)	92 (27.50)	334 (100.00)

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะวิทยาการ
จัดการ คิดเป็นร้อยละ 19.80 และ 29.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และรายได้ต่อเดือน

เพศ	รายได้ต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001-4,000 บาท	4,001-6,000 บาท	6,001-8,000 บาท	มากกว่า 8,000 บาท	
ชาย	8 (2.40)	52 (15.60)	69 (20.70)	18 (5.40)	0 (0.00)	147 (44.00)
หญิง	12 (3.60)	75 (22.50)	75 (22.50)	18 (5.40)	7 (2.10)	187 (56.00)
รวม	20 (6.00)	127 (38.00)	144 (43.10)	36 (10.80)	7 (2.10)	334 (100.00)

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.70 และเพศหญิงส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท และ 4,001-6,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.50

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และระดับการศึกษา

คณะวิชา	ระดับการศึกษา				รวม
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	18 (5.40)	44 (13.20)	6 (1.80)	8 (2.40)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	48 (14.40)	34 (10.20)	48 (14.40)	36 (10.80)	166 (49.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	32 (9.60)	25 (7.50)	34 (10.20)	1 (0.30)	92 (27.50)
รวม	98 (29.30)	103 (30.80)	88 (26.30)	45 (13.50)	334 (100.00)

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 13.20 นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1

และ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.40 นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 10.20

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และรายได้ต่อเดือน

คณะวิชา	รายได้ต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001- 4,000 บาท	4,001- 6,000 บาท	6,001- 8,000 บาท	มากกว่า 8,000 บาท	
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	12 (3.60)	35 (10.50)	8 (2.40)	14 (4.20)	7 (2.10)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	5 (1.50)	68 (20.40)	84 (25.10)	9 (2.70)	0 (0.00)	166 (49.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	3 (0.90)	24 (7.20)	52 (15.60)	13 (3.90)	0 (0.00)	92 (27.50)
รวม	20 (6.00)	127 (38.00)	144 (43.10)	36 (10.80)	7 (2.10)	334 (100.00)

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.50 นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการและนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.10 และ 15.60 ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่า	2,001-	4,001-	6,001-	มากกว่า	
	2,000 บาท	4,000 บาท	6,000 บาท	8,000 บาท	8,000 บาท	
ปี 1	8 (2.40)	25 (7.50)	55 (16.50)	9 (2.70)	1 (0.30)	98 (29.30)
ปี 2	11 (3.30)	28 (8.40)	36 (10.80)	23 (6.90)	5 (1.50)	103 (30.80)
ปี 3	1 (5.00)	56 (44.10)	26 (18.10)	4 (11.10)	1 (14.30)	88 (26.30)
ปี 4	0 (0.00)	18 (5.40)	27 (8.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (13.50)
รวม	20 (6.00)	127 (38.00)	144 (43.10)	36 (10.80)	7 (2.10)	334 (100.00)

จากตารางที่ 7 พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 และปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50, 10.80 และ 8.10 ตามลำดับ นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.10

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ซื้อ

เพศ	ประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์			รวม
	ซีดีเพลง	ซีดีภาพยนตร์	ซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์	
ชาย	22 (6.60)	83 (24.90)	42 (12.60)	147 (44.00)
หญิง	57 (17.10)	37 (11.10)	93 (27.80)	187 (56.00)
รวม	79 (23.70)	120 (35.90)	135 (40.40)	334 (100.00)

จากตารางที่ 8 พบว่า นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ซื้อซีดีภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 24.90 นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อทั้งซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 27.80

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชาและประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ซื้อ

คณะวิชา	ประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์			รวม
	ซีดีเพลง	ซีดีภาพยนตร์	ซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์	
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	16 (4.80)	28 (8.40)	32 (9.60)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	37 (11.10)	57 (17.10)	72 (21.60)	166 (79.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	26 (7.80)	35 (10.50)	31 (9.30)	92 (27.50)
รวม	79 (23.70)	120 (35.90)	135 (40.40)	334 (100.00)

จากตารางที่ 9 พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการส่วนใหญ่ซื้อทั้งซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 9.60 และ 21.60 ตามลำดับ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่ซื้อซีดีภาพยนตร์ คิดเป็น ร้อยละ 10.50

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ซื้อ

รายได้ต่อเดือน	ประเภทของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์			รวม
	ซีดีเพลง	ซีดีภาพยนตร์	ซีดีเพลงและซีดี ภาพยนตร์	
น้อยกว่า 2,000 บาท	11 (3.30)	8 (2.40)	1 (0.30)	20 (6.00)
2,001 - 4,000 บาท	26 (7.80)	61 (18.30)	40 (12.00)	127 (38.00)
4,001 - 6,000 บาท	37 (11.10)	38 (11.40)	69 (20.70)	144 (43.10)
6,001 - 8,000 บาท	5 (1.50)	13 (3.90)	18 (5.40)	36 (10.80)
มากกว่า 8,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (2.10)	7 (2.10)
รวม	79 (23.70)	120 (35.90)	135 (40.40)	334 (100.00)

จากตารางที่ 10 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาทส่วนใหญ่จะซื้อซีดีเพลง คิดเป็นร้อยละ 3.30 นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อซีดีภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 18.30 นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาทส่วนใหญ่ซื้อทั้งซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.70, 5.40 และ 2.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และจำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง

เพศ	จำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง				รวม
	ต่ำกว่า 200 บาท	201-300 บาท	301-400 บาท	401-500 บาท	
ชาย	73 (21.90)	71 (21.30)	3 (0.90)	0 (0.00)	147 (44.00)
หญิง	112 (33.50)	62 (18.60)	11 (3.30)	2 (0.60)	187 (56.00)
รวม	185 (55.40)	133 (39.80)	14 (4.20)	2 (0.60)	334 (100.00)

จากตารางที่ 11 นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้เงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.90 และ 33.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และจำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง

คณะวิชา	จำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง				รวม
	ต่ำกว่า 200 บาท	201-300 บาท	301-400 บาท	401-500 บาท	
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	36 (10.80)	37 (11.10)	3 (0.90)	0 (0.00)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	94 (28.10)	62 (18.60)	8 (2.40)	2 (0.60)	166 (49.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	55 (16.50)	34 (10.20)	3 (0.90)	0 (0.00)	92 (27.50)
รวม	185 (55.40)	133 (39.80)	14 (4.20)	2 (0.60)	334 (100.00)

จากตาราง 12 นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้งเท่ากับ 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.10 นักศึกษาคณะ

วิทยาการจัดการและศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้งต่ำกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.10 และ 16.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และจำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง

รายได้ต่อเดือน	จำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง				รวม
	ต่ำกว่า 200 บาท	201-300 บาท	301-400 บาท	401-500 บาท	
น้อยกว่า 2,000 บาท	20 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (0.00)
2,001 - 4,000 บาท	70 (21.00)	52 (15.60)	5 (1.50)	0 (0.00)	127 (38.00)
4,001 - 6,000 บาท	79 (23.70)	56 (16.80)	7 (2.10)	2 (0.60)	144 (43.10)
6,001 - 8,000 บาท	14 (4.20)	20 (6.00)	2 (0.60)	0 (0.00)	36 (10.80)
มากกว่า 8,000 บาท	2 (0.60)	5 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (2.10)
รวม	185 (55.40)	133 (39.80)	14 (4.20)	2 (0.60)	334 (100.00)

จากตารางที่ 13 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ต่ำกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.00, 21.00 และ 23.70 ตามลำดับ นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้งเท่ากับ 201-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.20 และ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และสถานที่ที่นักศึกษาซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

เพศ	สถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์				รวม
	ตลาดนัด แผง ลอยขายซีดีทั่วไป	ร้านขายซีดีใน ห้างสรรพสินค้า	ร้านขายซีดี ผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	อื่นๆ	
ชาย	108 (32.30)	37 (11.10)	2 (0.60)	0 (0.00)	147 (44.00)
หญิง	114 (34.10)	53 (15.90)	19 (5.70)	1 (0.30)	187 (56.00)
รวม	222 (66.50)	90 (26.90)	21 (6.30)	1 (0.30)	334 (100.00)

จากตารางที่ 14 นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากตลาดนัด แผงลอยขายซีดีทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 32.30 และ 34.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และสถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

คณะวิชา	สถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์				รวม
	ตลาดนัด แผง ลอยขายซีดีทั่วไป	ร้านขายซีดีใน ห้างสรรพสินค้า	ร้านขายซีดีผ่าน ทางอินเทอร์เน็ต	อื่นๆ	
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	73 (21.90)	3 (0.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	102 (30.50)	44 (13.20)	19 (5.70)	1 (0.30)	166 (49.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	47 (14.10)	43 (12.90)	2 (0.60)	0 (0.00)	92 (27.50)
รวม	222 (66.50)	90 (26.90)	21 (6.30)	1 (0.30)	334 (100.00)

จากตาราง 15 พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร นักศึกษาคณะ
วิทยาการจัดการ และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากตลาดนัดแผงลอยทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 21.90 30.50 และ 14.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามสถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ และ
รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	สถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์				รวม
	ตลาดนัด แผง ลอยขายซีดี ทั่วไป	ร้านขายซีดีใน ห้างสรรพสินค้า	ร้านขายซีดีผ่าน ทาง อินเทอร์เน็ต	อื่นๆ	
น้อยกว่า 2,000 บาท	20 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (6.00)
2,001 - 4,000 บาท	98 (29.30)	20 (6.00)	8 (2.40)	1 (0.30)	127 (38.00)
4,001 - 6,000 บาท	77 (23.10)	54 (16.20)	13 (3.90)	0 (0.00)	144 (43.10)
6,001 - 8,000 บาท	20 (6.00)	16 (4.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	36 (10.80)
มากกว่า 8,000 บาท	7 (2.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (2.10)
รวม	222 (66.50)	90 (26.90)	21 (6.30)	1 (0.30)	334 (100.00)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
จากตารางที่ 16 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 2,001 -
4,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้
มากกว่า 8,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากตลาดนัดแผงลอย
คิดเป็นร้อยละ 6.00, 29.30, 23.10, 6.00 และ 2.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และการมีและไม่มีร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

เพศ	ร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์		
	เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ	ไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ	รวม
ชาย	44 (13.20)	103 (30.80)	147 (44.00)
หญิง	51 (15.30)	136 (40.70)	187 (56.00)
รวม	95 (28.40)	239 (71.60)	334 (100.00)

จากตารางที่ 17 พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 30.80 และ 40.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะวิชา และการมีและไม่มีร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

คณะวิชา	ร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์		
	เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ	ไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ	รวม
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	12 (3.60)	64 (19.20)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	64 (19.20)	102 (30.50)	166 (49.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	19 (5.70)	73 (21.90)	92 (27.50)
รวม	95 (28.40)	239 (71.60)	334 (100.00)

จากตาราง 18 พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่ไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 19.20 30.50 และ 21.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และการมีและไม่มีร้านประจำในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

รายได้ต่อเดือน	สถานที่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์		รวม
	เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ	ไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ	
น้อยกว่า 2,000 บาท	0 (0.00)	20 (6.00)	20 (6.00)
2,001 - 4,000 บาท	35 (10.50)	92 (27.50)	127 (38.00)
4,001 - 6,000 บาท	53 (15.90)	91 (27.20)	144 (43.10)
6,001 - 8,000 บาท	7 (2.10)	29 (8.70)	36 (10.80)
มากกว่า 8,000 บาท	0 (0.00)	7 (2.10)	7 (2.10)
รวม	95 (28.40)	239 (71.60)	334 (100.00)

ผลจากตารางที่ 19 นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาท จะไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 6.00, 27.50, 27.20, 8.70 และ 2.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง หากมีกฎหมายควบคุมซิดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง

เพศ	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง					รวม
	ยังคงซิดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม	หยุดซิดีละเมิดลิขสิทธิ์	เปลี่ยนมาซิดีละเมิดลิขสิทธิ์	ไม่ซิดีละเมิดลิขสิทธิ์ 2 อย่าง	อื่นๆ	
ชาย	43 (12.90)	21 (6.30)	10 (3.00)	72 (21.60)	1 (0.30)	147 (44.00)
หญิง	39 (11.70)	16 (4.80)	58 (17.40)	69 (20.70)	5 (1.50)	187 (56.00)
รวม	82 (24.60)	37 (11.10)	68 (20.40)	141 (42.20)	6 (1.80)	334 (100.00)

จากตารางที่ 20 พบว่า หากมีกฎหมายควบคุมซิดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นไม่ซิดีละเมิดลิขสิทธิ์ 2 อย่าง คิดเป็นร้อยละ 21.60 และ 20.70 ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะ และวิชาพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง

คณะวิชา	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง					รวม
	ยังคงซื้อ ซีดีละเมิด ลิขสิทธิ์ เหมือนเดิม	หยุดซื้อ จนกว่าจะ เลิกเข้มงวด	เปลี่ยนมา ซื้อซีดี ลิขสิทธิ์ แทน	ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง	อื่นๆ	
คณะสัตวศาสตร์และ เทคโนโลยีการเกษตร	4 (1.20)	9 (2.70)	30 (9.00)	32 (9.60)	1 (0.30)	76 (22.80)
คณะวิทยาการจัดการ	52 (15.60)	22 (6.60)	29 (8.70)	58 (17.40)	5 (1.50)	166 (49.70)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	26 (7.80)	6 (1.80)	9 (2.70)	51 (15.30)	0 (0.00)	92 (27.50)
รวม	82 (24.60)	37 (11.10)	68 (20.40)	141 (42.20)	6 (1.80)	334 (100.00)

จากตารางที่ 21 พบว่า หากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง นักศึกษา คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาการจัดการ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.60, 17.40 และ 15.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงหากมีกฎหมายควบคุมซื้อดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง

รายได้ต่อเดือน	พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง					รวม
	ยังคงซื้อดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม	หยุดซื้อจนกว่าจะเลิกข่มขู่	เปลี่ยนมาซื้อดีละเมิดลิขสิทธิ์	ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง	อื่นๆ	
น้อยกว่า 2,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.40)	12 (3.60)	0 (0.00)	20 (6.00)
2,001 - 4,000 บาท	36 (10.80)	6 (1.80)	24 (7.20)	58 (17.40)	3 (0.90)	127 (38.00)
4,001 - 6,000 บาท	36 (10.80)	24 (7.20)	15 (4.50)	66 (19.80)	3 (0.90)	144 (43.10)
6,001 - 8,000 บาท	10 (3.00)	7 (2.10)	14 (4.20)	5 (1.50)	0 (0.00)	36 (10.80)
มากกว่า 8,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (2.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (2.10)
รวม	82 (24.60)	37 (11.10)	68 (20.40)	141 (42.20)	6 (1.80)	334 (100.00)

จากตารางที่ 22 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็น ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.60, 17.40 และ 19.80 ตามลำดับ นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาท ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็น เปลี่ยนมาซื้อดีละเมิดลิขสิทธิ์แทน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และ 2.10 ตามลำดับ

3. ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ของนักศึกษา	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	อันดับที่
1. ด้านราคา	3.96	.36	มาก	1
2. ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	.56	มาก	3
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83	.63	มาก	2
4. ด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย	3.13	.48	ปานกลาง	4
รวม	3.64	.33	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยภาพรวมอยู่ในน้ำหนัการตัดสินใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .33 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านราคาอยู่ในน้ำหนัการตัดสินใจมาก เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับสุดท้าย

3.1 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านราคา

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ของนักศึกษา ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	อันดับที่
1. ราคาถูกกว่าซีดีลิขสิทธิ์	4.70	.55	มากที่สุด	1
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.02	.87	มาก	3
3. ราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี (mp3 คาราโอเกะ ภาพยนตร์)	2.95	1.01	ปานกลาง	6
4. ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต	4.58	.70	มากที่สุด	2
5. สามารถต่อรองราคาได้	3.66	1.07	มาก	5
6. มีการแบ่งระดับราคา เช่น แบ่งราคาตามความนิยม และความล้ำสมัยของผลงานนั้น	3.89	.77	มาก	4
รวม	3.96	.36	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในน้ำหนัการตัดสินใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .36 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ราคาถูกกว่าซีดีลิขสิทธิ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการแบ่งระดับราคา สามารถต่อรองราคาได้ และราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี เป็นอันดับสุดท้าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

3.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ของนักศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	อันดับที่
1. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์	3.25	.85	ปานกลาง	4
2. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายมากกว่าซีดีลิขสิทธิ์ เช่น การรวมเพลงแต่ละอัลบั้มเป็นแผ่น mp3, การรวมหนัง 2-4 เรื่องไว้ใน DVD แผ่นเดียวกัน	4.27	.84	มาก	1
3. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีสินค้าที่ซีดีลิขสิทธิ์ไม่มี เช่น ซีดีเพลงและภาพยนตร์ต่างชาติที่ประเทศไทยไม่ได้นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย	3.95	1.01	มาก	2
4. ความเหมือนกันด้านรูปลักษณะภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์ เช่น สีสัน บรรจุภัณฑ์	3.19	1.25	ปานกลาง	5
5. ความสมบูรณ์ของสินค้า เช่น แผ่นซีดี ซองหรือกล่องมีลักษณะดี ไม่มีรอยหรือตำหนิ	3.57	.90	มาก	3
รวม	3.65	.56	มาก	

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในน้ำหนักการตัดสินใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .56 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายมากกว่าซีดีลิขสิทธิ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีสินค้าที่ซีดีลิขสิทธิ์ไม่มี ความสมบูรณ์ของสินค้า ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์ และความเหมือนกันด้านรูปลักษณะภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์ เช่น สีสัน บรรจุภัณฑ์ เป็นอันดับสุดท้าย

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ของนักศึกษา ด้านช่องทางจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	อันดับที่
1. มีร้านขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ทั่วทุกพื้นที่ และอยู่ในแหล่งชุมชน สามารถหาซื้อได้ง่าย	4.30	.91	มาก	1
2. มีแหล่งขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์โดยเฉพาะ เช่น พันทิพย์พลาซ่า ตะวันนา ทำให้ง่ายและสะดวก ในการซื้อหา	4.18	.89	มาก	2
3. ลักษณะของร้านค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น การ จัดร้านทันสมัย ความสะดวกในการหาซีดี	3.25	1.09	ปานกลาง	4
4. มีหลายร้านให้เลือกในบริเวณเดียวกัน	3.59	.97	มาก	3
รวม	3.83	.63	มาก	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า โดยภาพรวมอยู่ในน้ำหนัการตัดสินใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .63 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีร้านขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ทั่วทุกพื้นที่และอยู่ในแหล่งชุมชน สามารถหาซื้อได้ง่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ มีแหล่งขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์โดยเฉพาะ ทำให้ง่ายและสะดวกในการซื้อหา มีหลายร้านให้เลือกในบริเวณเดียวกัน และลักษณะของร้านค้าเป็นอันดับสุดท้าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา ด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	อันดับที่
1. พนักงานให้ความสนใจแก่ลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อ เช่น การแนะนำสินค้าและความบันเทิงที่ลูกค้าจะได้รับ	3.63	1.08	มาก	1
2. มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น พนักงานมีความเป็นกันเอง สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้	3.29	.85	ปานกลาง	2
3. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกใบปลิว การประกาศทางอินเทอร์เน็ต การบอกต่อจากผู้ขาย	1.88	.95	น้อย	4
4. มีการจัดรายการลด แลก แจก แถม	3.27	.78	ปานกลาง	3
รวม	3.13	.48	ปานกลาง	

จากตารางที่ 27 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการขาย โดยภาพรวมอยู่ในน้ำหนัการตัดสินใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .48 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานให้ความสนใจแก่ลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ พนักงานมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับสุดท้าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4. ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติต่างๆ

4.1 ทัศนคติที่มีต่อซีดีลิขสิทธิ์

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อซีดีลิขสิทธิ์

ทัศนคติของนักศึกษา ที่มีต่อซีดีลิขสิทธิ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	อันดับที่
1. ซีดีลิขสิทธิ์มีคุณภาพมากกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	3.66	.77	มาก	2
2. ซีดีลิขสิทธิ์มีราคาแพงเกินควร	3.74	.81	มาก	1
3. ระดับความมีคุณค่าของเพลงและภาพยนตร์ เช่น ก่อให้เกิดความรู้ จรรโลงใจ ความต้องการเก็บสะสม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์	3.50	.78	มาก	4
4. ระดับความบันเทิงจากเพลงและภาพยนตร์ เช่น ความเพลิดเพลิน ความสนุก มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์	3.52	.77	มาก	3

ตารางที่ 28 จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อซีดีลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากว่าซีดีลิขสิทธิ์มีราคาแพงเกินควร เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ซีดีลิขสิทธิ์มีคุณภาพมากกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ระดับความบันเทิงจากเพลงและภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์ และระดับความมีคุณค่าของเพลงและภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์ เป็นอันดับสุดท้าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4.2 ทักษะที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น	อันดับที่
1. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์	3.44	.81	ปานกลาง	3
2. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการใช้งาน	3.36	.73	ปานกลาง	4
3. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์สามารถหาซื้อได้ทั่วไป	3.62	.94	มาก	2
4. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาถูก	4.27	.62	มาก	1
5. ท่านคิดว่าการใช้งานแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของเครื่องเล่นซีดีหรือไม่	2.52	1.26	ปานกลาง	5

ตารางที่ 29 จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก ว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาถูก เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์สามารถหาซื้อได้ทั่วไป ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการใช้งาน และเห็นว่าการใช้งานแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของเครื่องเล่นซีดี เป็นอันดับสุดท้าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4.3 ทศนคติที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย

ทัศนคติของนักศึกษา ที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	อันดับที่
1. การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรม	3.67	1.07	มาก	3
2. มีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างเปิดเผยโดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย	4.77	.43	มากที่สุด	1
3. รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	3.87	.82	มาก	2
4. การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง	2.48	.97	น้อย	4
5. ปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง	1.76	.64	น้อย	5
6. ประชาชนให้ความร่วมมือในการปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	1.49	.53	น้อยที่สุด	6

จากตารางที่ 30 การศึกษาทัศนคติที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด ว่ามีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างเปิดเผยโดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรม การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง ปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง และประชาชนให้ความร่วมมือในการปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นอันดับสุดท้าย

5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4P's) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จากตัวแปรอิสระ 4 ตัว คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบริการและการส่งเสริมการขาย แปรตามคือ การตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยจำแนกตาม เพศ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยใช้การทดสอบค่า t และการทดสอบ One-Way ANOVA

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	ชาย (n=147)		หญิง (n=187)		t-test	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	t	p
1. ด้านราคา	3.93	.37	3.99	.36	-1.491	.137
2. ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	.54	3.59	.56	2.137	.033*
3. ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้า	3.83	.61	3.84	.65	-.007	.994
4. ด้านบริการและการส่งเสริมการขาย	3.13	.44	3.12	.51	.182	.856
รวม	3.65	.34	3.63	.33	.541	.589

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน $t = .541$, $p = .589$ เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศชายพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์

มากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ด้านราคา	ชาย (n=147)		หญิง (n=187)		t-test	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	t	p
1. ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์	4.69	.54	4.70	.56	-.196	.844
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.89	.88	4.12	.84	-2.431	.016*
3. ราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี (mp3 คาราโอเกะ ภาพยนตร์)	3.00	1.01	2.91	1.01	.826	.409
4. ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต	4.55	.74	4.60	.67	-.598	.550
5. สามารถต่อรองราคาได้	3.61	1.10	3.70	1.05	-.745	.457
6. มีการแบ่งระดับราคา เช่น แบ่งราคาตามความนิยมและความล้ำสมัยของผลงานนั้น	3.85	.78	3.92	.77	-.871	.385
รวม	3.93	.37	3.99	.36	-1.491	.137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปกร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน $t = -1.491$, $p = .137$ เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศหญิงพิจารณาปัจจัยด้านราคาทีราคาราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย (n=147)		หญิง (n=187)		t-test	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	t	p
	1. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์	3.27	.79	3.23	.88	.394
2. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายมากกว่าซีดีลิขสิทธิ์	4.38	.75	4.19	.89	1.986	.048*
3. ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีสินค้าที่ซีดีลิขสิทธิ์ไม่มี	3.97	1.04	3.94	.99	.344	.731
4. ความเหมือนกันด้านรูปลักษณ์ภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์	3.35	1.19	3.07	1.29	2.024	.044*
5. ความสมบูรณ์ของสินค้า	3.63	.83	3.51	.95	1.213	.226
รวม	3.72	.54	3.59	.56	2.137	.033

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในภาพรวมแตกต่างกัน $t = -2.137$, $p = .033$ เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย และความเหมือนกันด้านรูปลักษณ์ภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายกว่าซีดีลิขสิทธิ์และความเหมือนกันด้านรูปลักษณ์ภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์มากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า	ชาย (n=147)		หญิง (n=187)		t-test	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	t	p
1. มีร้านขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ทั่วทุกพื้นที่ อยู่ในแหล่งชุมชน สามารถหาซื้อได้ง่าย	4.33	.85	4.28	.95	.443	.658
2. มีแหล่งขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์โดยเฉพาะ เช่น พันทิพย์พลาซ่า ตะวันนา	4.12	.89	4.22	.88	-1.025	.306
3. ลักษณะของร้านค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.26	1.17	3.24	1.02	.158	.875
4. มีหลายร้านให้เลือกในบริเวณเดียวกัน	3.61	.92	3.57	1.02	.321	.748
รวม	3.83	.61	3.84	.65	-.007	.994

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน $t = -.007$, $p = .994$ และเมื่อทดสอบรายด้านไม่พบความแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญที่ .05

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบปัจจัยด้านบริการและการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ด้านการส่งเสริมการขาย	ชาย (n=147)		หญิง (n=187)		t-test	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	t	p
1. พนักงานให้ความสนใจแก่ลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อ เช่น การแนะนำสินค้า	3.57	1.09	3.68	1.08	-.943	.346
2. มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น พนักงานมีความเป็นกันเอง สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้	3.40	.70	3.20	.93	2.196	.029*
4. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น การบอกต่อจากผู้ขาย การแจกใบปลิว การประกาศทางอินเทอร์เน็ต	1.87	.94	1.90	.95	-.314	.753
5. มีการจัดรายการสด แลก แจก แถม	3.71	.73	3.72	.83	-.149	.882
รวม	3.13	.44	3.12	.51	.182	.856

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน $t = -.182$, $p = .856$ และเมื่อทดสอบรายด้าน พบว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศชายพิจารณาเกี่ยวกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	น้อยกว่า 2,000 บาท (n=20)		2,001-4,000 บาท (n=127)		4,001-6,000 บาท (n=144)		6,001-8,000 บาท (n=36)		8,000 บาทขึ้นไป (n=7)	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
	1. ด้านราคา	3.75	.37	4.04	.33	3.94	.36	3.87	.39	4.21
2. ด้านผลิตภัณฑ์	3.63	.53	3.66	.52	3.65	.62	3.57	.47	3.74	.19
3. ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า	3.78	.62	3.92	.63	3.76	.64	3.80	.64	3.96	.56
4. ด้านบริการและการส่งเสริมการขาย	3.16	.43	3.22	.47	3.10	.50	2.85	.42	3.39	.24
รวม	3.58	.33	3.71	.28	3.61	.36	3.52	.35	3.82	.25

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 36 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท, มีรายได้ระหว่าง 2,001-4,000 บาท, มีรายได้ระหว่าง 4,001-6,000 บาท, มีรายได้ระหว่าง 6,001-8,000 บาท และมีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการบริการและการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.51	4	.628	4.886	.001*
	ภายในกลุ่ม	42.28	329	.129		
	รวม	44.79	333			
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.322	4	.081	.253	.908
	ภายในกลุ่ม	104.71	329	.318		
	รวม	105.03	333			
ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	1.87	4	.469	1.156	.330
	ภายในกลุ่ม	133.44	329	.406		
	รวม	135.31	333			
ด้านการส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	4.50	4	1.125	4.966	.001*
	ภายในกลุ่ม	74.56	329	.227		
	รวม	79.06	333			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 37 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน พิจารณาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าไม่มีความแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในด้านราคาและด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 หมายความว่าอย่างน้อยหนึ่งกลุ่ม ที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

โดยสามารถอธิบายความแตกต่างได้จากการทดสอบภายหลัง (Post Hoc) ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ค่า Levene Statistic ไม่มีนัยสำคัญจึงเลือกสถิติทดสอบในกรณีที่ความแปรปรวนของประชากรเท่ากัน โดยใช้วิธีทดสอบของ Scheffe (สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS : ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, สุกมาส อังสุโชติ และอังฉรา ชานีประศาสน์ 2548 : 191) ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Scheffe

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001-4,000 บาท	4,001-6,000 บาท	6,001-8,000 บาท	8,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 2,000 บาท	3.75	-	.294*	.194	.125	.464
2,001-4,000 บาท	4.04	-	-	.100	.169	-.169
4,001-6,000 บาท	3.94	-	-	-	.069	-.269
6,001-8,000 บาท	3.87	-	-	-	-	-.339
8,000 บาทขึ้นไป	4.21	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 38 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 2,001-4,000 บาท, มีรายได้ระหว่าง 4,001-6,000 บาท, มีรายได้ระหว่าง 6,001-8,000 บาท และมีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยเป็น 4.21, 4.04, 3.94, 3.87 และ 3.85 ตามลำดับ และพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท แตกต่างกับนักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีรายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่านักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 8,000 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 39 แสดงผลทดสอบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยด้านการบริการและการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Scheffe

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001-4,000 บาท	4,001-6,000 บาท	6,001-8,000 บาท	8,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 2,000 บาท	3.16	-	-.063	.056	.308	-.230
2,001-4,000 บาท	3.22	-	-	.120	.372*	-.166
4,001-6,000 บาท	3.10	-	-	-	.251	-.286
6,001-8,000 บาท	2.85	-	-	-	-	-.538
8,000 บาทขึ้นไป	3.39	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 39 พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 2,001-4,000 บาท, มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท, มีรายได้ระหว่าง 4,001-6,000 บาท, และมีรายได้ระหว่าง 6,001-8,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยเป็น 3.39, 3.22, 3.16, 3.10 และ 2.85 ตามลำดับ และพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท แตกต่างกับนักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่านักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 8,000 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามคณะวิชา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร (n=76)		คณะวิทยาการจัดการ (n=166)		คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (n=92)	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
	1. ด้านราคา	3.97	.36	3.98	.37	3.93
2. ด้านผลิตภัณฑ์	3.66	.49	3.67	.58	3.61	.57
3. ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า	3.96	.54	3.86	.63	3.67	.68
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.11	.43	3.14	.49	3.11	.51
รวม	3.67	.29	3.66	.34	3.58	.36

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 40 พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาการจัดการ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พิจารณปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการบริการและส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง จากนั้นทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ดังตารางที่ 41

ตารางที่ 41 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีและเมดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามคณะวิชา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีและเมดลิขสิทธิ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.175	2	.087	.648	.524
	ภายในกลุ่ม	44.617	331	.135		
	รวม	44.791	333			
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.149	2	.075	.236	.790
	ภายในกลุ่ม	104.885	331	.317		
	รวม	105.034	333			
ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	3.671	2	1.836	4.615	.011*
	ภายในกลุ่ม	131.647	331	.398		
	รวม	135.318	333			
ด้านการส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.075	2	.038	.158	.854
	ภายในกลุ่ม	78.991	331	.239		
	รวม	79.067	333			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 41 พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะวิชาต่างกัน พิจารณาถึงปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการและการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .011 หมายความว่าอย่างน้อยหนึ่งกลุ่ม ที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีและเมดลิขสิทธิ์ แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

โดยสามารถอธิบายความแตกต่างได้จากการทดสอบภายหลัง (Post Hoc) โดยใช้วิธีทดสอบของ Scheffe ดังตารางที่ 42

ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยปัจจัยช่องทางจำหน่ายสินค้าโดยวิธี Scheffe

คณะวิชา	ค่าเฉลี่ย	คณะสัตวศาสตร์ และเทคโนโลยี การเกษตร	คณะวิทยาการ จัดการ	คณะเทคโนโลยี สารสนเทศและ การสื่อสาร
คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร	3.96	-	.105	.287*
คณะวิทยาการจัดการ	3.86	-	-	.182
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	3.67	-	-	-

จากตารางที่ 42 พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคณะวิทยาการจัดการและคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96, 3.86 และ 3.67 ตามลำดับ และพบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร แตกต่างกับนักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่านักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

สมมติฐานที่ 2 จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อครั้งที่แตกต่างกัน ไม่มีปัจจัยการตัดสินใจซื้อด้านราคาต่างกัน

ตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อหนึ่งครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 200 บาท		201 - 300 บาท		301 - 400 บาท		401 - 500 บาท	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
1.ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์	4.71	.54	4.69	.55	4.50	.65	5.00	.00
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.04	.86	3.95	.87	4.21	.97	4.50	.70
3. ราคาเหมาะสมกับประเภทของ ซีดี (mp3 คาราโอเกะ ภาพยนตร์)	3.07	1.03	2.82	1.00	2.57	.64	3.00	.00
4. ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับ ต้นทุนการผลิต	4.60	.69	4.55	.71	4.50	.85	5.00	.00
5. สามารถต่อรองราคาได้	3.48	1.06	3.89	1.04	3.92	.99	3.00	1.41
6. มีการแบ่งระดับราคา เช่น แบ่งราคาตามความนิยมและ ความล้ำสมัยของผลงานนั้น	3.96	.73	3.78	.81	3.92	.91	4.50	.70
รวม	3.98	.36	3.95	.36	3.94	.37	4.16	.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อหนึ่งครั้ง จะพบว่า ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ใช้เงินซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ 401-500 บาทต่อครั้ง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00, ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ใช้เงินซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ 401-500 บาทต่อครั้ง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50, ราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ใช้เงินซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ต่ำกว่า 200 บาทต่อครั้ง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07, ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ใช้เงินซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ 401-500 บาทต่อครั้ง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00, สามารถต่อรองราคาได้ มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ใช้เงินซื้อ

ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ 301 – 400 บาทต่อครั้ง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และมีการแบ่งระดับราคา มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ใช้เงินซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ 401-500 บาทต่อครั้ง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ตารางที่ 44 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อหนึ่งครั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์	ระหว่างกลุ่ม	.815	3	.272	.886	.449
	ภายในกลุ่ม	101.245	330	.307		
	รวม	102.060	333			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.705	3	.568	.747	.525
	ภายในกลุ่ม	251.149	330	.761		
	รวม	252.853	333			
ราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี (mp3 คาราโอเกะ ภาพยนตร์)	ระหว่างกลุ่ม	6.935	3	2.312	2.274	.080
	ภายในกลุ่ม	335.392	330	1.016		
	รวม	342.326	333			
ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.631	3	.210	.422	.737
	ภายในกลุ่ม	164.522	330	.499		
	รวม	165.153	333			
สามารถต่อรองราคาได้	ระหว่างกลุ่ม	15.131	3	5.044	4.503	.004*
	ภายในกลุ่ม	369.639	330	1.120		
	รวม	384.769	333			
มีการแบ่งระดับราคา เช่น แบ่งราคาตามความนิยมและความล้ำสมัยของผลงานนั้น	ระหว่างกลุ่ม	3.279	3	1.093	1.814	.144
	ภายในกลุ่ม	198.840	330	.603		
	รวม	202.120	333			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 44 พบว่า นักศึกษาที่มีจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อแตกต่างกัน พิจารณาถึงปัจจัยด้านราคาเกี่ยวกับ ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์, ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ, ราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี, ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิตและมีการ

แบ่งระดับราคา ไม่แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญที่ .05 แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาเกี่ยวกับสามารถต่อรองราคาได้ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .004 หมายความว่าอย่างน้อยหนึ่งกลุ่ม ที่มีปัจจัยด้านราคาที่สูงผลต่อจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อซื้อครั้ง แยกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความแตกต่างได้จากการทดสอบภายหลัง (Post Hoc) โดยใช้วิธีทดสอบของ Scheffe ดังตารางที่ 45

ตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อซื้อดีละเมิดลิขสิทธิ์ต่อครั้ง โดยใช้วิธี Scheffe

จำนวนเงิน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 200 บาท	201 - 300 บาท	301 - 400 บาท	401 - 500 บาท
ต่ำกว่า 200 บาท	3.48	-	-.413*	-.447	.481
201 - 300 บาท	3.89	-	-	-.033	.894
301 - 400 บาท	3.92	-	-	-	.928
401 - 500 บาท	3.00	-	-	-	-

จากตารางที่ 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อซื้อดีละเมิดลิขสิทธิ์ต่อครั้ง โดยใช้วิธี Scheffe พบว่าไม่มีคู่ของกลุ่มใดที่ค่าเฉลี่ยด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อหนึ่งครั้งแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 การมีทัศนคติต่อกฎหมายที่ต่างกัน เมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อที่ต่างกัน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติด้านกฎหมายของนักศึกษาจำแนกตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงเมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด

ทัศนคติด้านกฎหมาย	ยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม (n=82)		หยุดซื้อจนกว่าจะเลิกเข้มงวด (n=37)		เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน (n=68)		ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง (n=141)		อื่นๆ (n=6)	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
	1. การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรม	3.29	.97	3.48	1.23	4.25	.92	3.70	1.01	3.00
2. มีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างเปิดเผยโดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย	4.79	.43	4.78	.47	4.85	.35	4.73	.45	4.50	.54
3. รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	3.62	.91	3.75	.79	4.20	.72	3.90	.77	3.66	1.03
4. การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง	2.08	.81	2.35	1.00	2.86	1.04	2.60	.92	1.83	.75
5. ปัจจุบันรัฐบาลมีการควาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง	1.62	.65	1.62	.63	1.91	.51	1.82	.66	1.33	.51
6. ประชาชนให้ความร่วมมือในการปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	1.46	.54	1.40	.55	1.63	.48	1.46	.54	1.33	.51
รวม	2.81	.36	2.90	.47	3.28	.35	3.04	.42	2.61	.43

จากตารางที่ 46 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อกฎหมายมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด พบว่า ทัศนคติดังต่อไปนี้ การซื้อขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรม, มีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างเปิดเผยโดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย, การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อจะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง, ปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง และประชาชนให้ความร่วมมือในการปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ นักศึกษาที่เห็นด้วยกับทัศนคติดังกล่าวมากที่สุดจะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นเปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน แต่นักศึกษาที่เห็นด้วยน้อยที่สุดจะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นอื่นๆ เช่น การดาวน์โหลดเพลงและภาพยนตร์จากอินเทอร์เน็ตหรือซื้อทั้งซีดีลิขสิทธิ์และซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ควบคู่กันไป

เมื่อพิจารณาทัศนคติที่ว่า รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ พบว่า นักศึกษาที่เห็นด้วยกับทัศนคติดังกล่าวมากที่สุดจะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นเปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน แต่นักศึกษาที่เห็นด้วยน้อยที่สุดจะไม่เปลี่ยนพฤติกรรมจะยังคงซื้อขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม

ตารางที่ 47 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของทัศนคติด้านกฎหมายของนักศึกษา
จำแนกตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงเมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด

ทัศนคติด้านกฎหมาย	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ มีความคิดทางศีลธรรม	ระหว่างกลุ่ม	38.62	4	9.655	9.116	.000*
	ภายในกลุ่ม	348.458	329	1.059		
	รวม	387.078	333			
มีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ กันอย่างเปิดเผย โดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย	ระหว่างกลุ่ม	1.093	4	.273	1.425	.225
	ภายในกลุ่ม	63.066	329	192		
	รวม	64.159	333			
รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวด ในการควบคุมการจำหน่าย ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	ระหว่างกลุ่ม	13.623	4	3.406	5.228	.000*
	ภายในกลุ่ม	214.344	329			
	รวม	227.967	333			
การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขาย และผู้ซื้อ จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง	ระหว่างกลุ่ม	28.216	4	7.054	8.080	.000*
	ภายในกลุ่ม	287.236	329	.873		
	รวม	315.452	333			
ปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดี ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง	ระหว่างกลุ่ม	5.484	4	1.371	3.434	.009*
	ภายในกลุ่ม	131.354	329	.399		
	รวม	136.838	333			
ประชาชนให้ความร่วมมือในการ ปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	ระหว่างกลุ่ม	1.915	4	.479	1.684	.153
	ภายในกลุ่ม	93.558	329	.284		
	รวม	95.473	333			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 47 พบว่า นักศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อเมื่อมีกฎหมาย
ควบคุมที่เข้มงวดที่แตกต่างกัน มีทัศนคติในด้านกฎหมายดังต่อไปนี้ การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มี
ความคิดทางศีลธรรม, รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิด
ลิขสิทธิ์, การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อจะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
น้อยลง และปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง มีความแตกต่างกัน
หมายความว่า มีอย่างน้อยหนึ่งกลุ่ม ที่มีทัศนคติเกี่ยวกับกฎหมายที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
พฤติกรรมการซื้อ แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างน้อยมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านกฎหมาย การซื้อซีดีละเมิด ลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรม โดยใช้วิธี Scheffe

ทัศนคติด้าน กฎหมาย	ค่าเฉลี่ย	ยังคงซื้อซีดี ละเมิด ลิขสิทธิ์ เหมือนเดิม	หยุดซื้อซีดี ละเมิด ลิขสิทธิ์ จนกว่าจะ เลิกเข้มงวด	เปลี่ยนมาซื้อ ซีดีลิขสิทธิ์ แทน	ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง	อื่นๆ
ยังคงซื้อซีดีละเมิด ลิขสิทธิ์เหมือน เดิม	3.29	-	-.1938	-.9573*	-.4094	.2926
หยุดซื้อซีดีละเมิด ลิขสิทธิ์จนกว่าจะ เลิกเข้มงวด	3.48	-	-	-.7635*	-.2156	.4864
เปลี่ยนมาซื้อซีดี ลิขสิทธิ์แทน	4.25	-	-	-	.5478*	1.250
ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง	3.70	-	-	-	-	.7021
อื่นๆ	3.00	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 48 พบว่า นักศึกษาที่เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทนแตกต่างกับนักศึกษาที่เปลี่ยนพฤติกรรมเป็นอื่นๆ เช่น การดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ต หรือซื้อทั้งซีดีลิขสิทธิ์และซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ควบคู่กันไป โดยนักศึกษาที่เปลี่ยนพฤติกรรมเป็นอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่านักศึกษาที่เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน

ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านกฎหมาย ในด้านรัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ โดยใช้วิธี Scheffe พบว่าไม่มีคู่ของกลุ่มใดที่ค่าเฉลี่ยด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด แตกต่าง

ตารางที่ 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านกฎหมายการกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ จะส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลงโดยใช้วิธี Scheffe

ทัศนคติด้านกฎหมาย	ค่าเฉลี่ย	ยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม	หยุดซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จนกว่าจะเลิกเข้มงวด	เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน	ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง	อื่นๆ
ยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม	2.08	-	-.265	-.782*	-.517*	.252
หยุดซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จนกว่าจะเลิกเข้มงวด	2.35	-	-	-.516	-.251	.518
เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน	2.86	-	-	-	.264	1.034
ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง	2.60	-	-	-	-	.769
อื่นๆ	1.83	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ที่เปลี่ยนพฤติกรรมโดยการเปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง, หยุดซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จนกว่าจะเลิกเข้มงวด, ยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม และเปลี่ยนพฤติกรรมไปเป็นอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเป็น 2.86, 2.60, 2.35, 2.08 และ 1.83 ตามลำดับ และพบว่า นักศึกษาที่เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทนแตกต่างกับนักศึกษาที่เปลี่ยนพฤติกรรมเป็นอื่นๆ เช่น ซื้อทั้งซีดีลิขสิทธิ์และซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ควบคู่กันไป โดยนักศึกษาที่เปลี่ยนพฤติกรรมเป็นอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่านักศึกษาที่เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน

ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติด้านปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง โดยใช้วิธี Scheffe พบว่าไม่มีคู่ของกลุ่มใดที่ค่าเฉลี่ยด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด แตกต่างกัน

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 334 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีอายุ 19-20 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 คณะวิทยาการจัดการ 166 คน คิดเป็น ร้อยละ 49.7 รายได้ต่อเดือน 4,001-6,000 จำนวน 144 คนคิดเป็นร้อยละ 43.1

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุ พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มี อายุระหว่าง 19-20 ปี

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และระดับการศึกษา พบว่า นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่ศึกษา อยู่ชั้นปีที่ 2 และเพศหญิงส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และคณะวิชา พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง ส่วน ใหญ่ศึกษาอยู่คณะวิทยาการจัดการ

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และรายได้ต่อเดือน พบว่า นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่มี รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท และเพศหญิงส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท และ 4,001-6,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านคณะวิชา และระดับการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์ และเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการส่วนใหญ่ ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 และ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านคณะวิชา และรายได้ต่อเดือน พบว่า นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์ และเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการและนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 และปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท

1.2 พฤติกรรมการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

นักศึกษาเพศชายส่วนใหญ่นิยมซื้อซีดีภาพยนตร์ นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่นิยมซื้อทั้งซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์ และนักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้เงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ต่อครั้งต่ำกว่า 200 บาท ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากตลาดนัด แผลงลอยขายซีดีทั่วไปและไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ และหากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง

นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการส่วนใหญ่นิยมซื้อทั้งซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์ แต่นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่นิยมซื้อซีดีภาพยนตร์ โดยที่นักศึกษาคณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้งประมาณ 201-300 บาท ส่วนนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการและนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้งต่ำกว่า 200 บาท ซึ่งนักศึกษาทั้ง 3 คณะเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากตลาดนัดแผลงลอยทั่วไป และไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ และหากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง นักศึกษาทั้ง 3 คณะ ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง

นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ต่ำกว่า 200 บาท ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แต่ละครั้งประมาณ 201-300 บาท โดยที่นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาทส่วนใหญ่จะซื้อซีดีเพลง นักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อซีดีภาพยนตร์ และนักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 6,001

- 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาทส่วนใหญ่ซื้อทั้งซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์ นักศึกษาทุกระดับรายได้ ส่วนใหญ่ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากตลาดนัดแผงลอย และไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ และหากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 2,001 - 4,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็น ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้ระหว่าง 6,001 - 8,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 8,000 บาท ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็น เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน

1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

โดยรวมนักศึกษาส่วนใหญ่คำนึงถึงปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งในแต่ละด้านจะมีแบ่งการสรุปผลออกเป็นด้าน ดังนี้

1.3.1 ด้านราคา นักศึกษาคำนึงในเรื่องราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์ มากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการแบ่งระดับราคา สามารถต่อรองราคาได้ และราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี เป็นอันดับสุดท้าย

1.3.2 ด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ นักศึกษาส่วนใหญ่คำนึงถึงเรื่องซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายมากกว่าซีดีลิขสิทธิ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีสินค้าที่ซีดีลิขสิทธิ์ไม่มี ความสมบูรณ์ของสินค้า ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์ และความเหมือนกันด้านรูปลักษณ์ภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์ เช่น สีสัน บรรจุภัณฑ์ เป็นอันดับสุดท้าย

1.3.3 ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่คำนึงถึงปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้าดังต่อไปนี้ มีร้านขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ทั่วทุกพื้นที่และอยู่ในแหล่งชุมชน สามารถหาซื้อได้ง่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ มีแหล่งขายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์โดยเฉพาะ ทำให้ง่ายและสะดวกในการซื้อหา มีหลายร้านให้เลือกในบริเวณเดียวกัน และลักษณะของร้านค้า เช่น การจัดร้านทันสมัย เป็นอันดับสุดท้าย

1.3.4 ด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า นักศึกษาคำนึงถึงด้านการบริการและการส่งเสริมการขายต่อไปนี้เป็นพนักงานให้ความสนใจแก่ลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ พนักงานมี

การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับสุดท้าย

1.4 ทศนคติของนักศึกษา

1.4.1 ทศนคติที่มีต่อซีดีลิขสิทธิ์ นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วย ว่าซีดีลิขสิทธิ์ มีราคาแพงเกินควร เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ซีดีลิขสิทธิ์มีคุณภาพมากกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ระดับความบันเทิงจากเพลงและภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์ และระดับความมีคุณค่าของเพลงและภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์ เป็นอันดับสุดท้ายซึ่งในแต่ละข้อความ นักศึกษาให้ความเห็นด้วยในระดับมาก

1.4.2 ทศนคติที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จากการศึกษาทศนคติที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก ว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาถูก เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์สามารถหาซื้อได้ทั่วไป นักศึกษามีความเห็นด้วยกับข้อความ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการใช้งาน และเห็นว่าการใช้งานแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของเครื่องเล่นซีดีในระดับปานกลาง

1.4.3 ทศนคติที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย จากการศึกษาทศนคติที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด ว่ามีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างเปิดเผยโดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ รัฐบาลควรออกกฎหมาย และเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรมซึ่งนักศึกษามีความเห็นด้วยในระดับมาก แต่นักศึกษาเห็นด้วยกับข้อความ การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลงและปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจังในระดับน้อย ส่วนประชาชนให้ความร่วมมือในการปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ นักศึกษามีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

2. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี สามารถอภิปรายผล โดยแบ่งตามรายด้านดังนี้

2.1 ด้านราคา

นักศึกษามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 33) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือ หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ด้านผลิตภัณฑ์

นักศึกษามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 33) กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์จะต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2.3 ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า

นักศึกษามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 33) กล่าวไว้ว่า ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

นักศึกษามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง เนื่องจากการมีการส่งเสริมการขาย เช่น การ

โฆษณา การเผยแพร่ข่าวสาร การลด แลก แจก แถม จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น เป็นผลให้ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาสูงขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายที่จำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จึงไม่นิยมการส่งเสริมการขาย ดังนั้นผู้บริโภคจึงไม่นำปัจจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายมาประกอบการตัดสินใจซื้อมากนัก

การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษาใน มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กับปัจจัยส่วนบุคคล สามารถอภิปรายแยกเป็นข้อย่อยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศ นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง พิจารณาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน โดยที่เพศชายพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า ด้านการบริการและการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับรายได้ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน พิจารณาปัจจัยด้านราคาพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีความแตกต่างจากนักศึกษาที่มีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป โดยที่โดยนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท พิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาน้อยกว่านักศึกษาที่มีรายได้ 8,000 บาทขึ้นไป

ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับคณะวิชาที่ศึกษา ในการทดสอบรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางจำหน่ายสินค้า มีความแตกต่างกัน นักศึกษาที่ศึกษาอยู่สัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร แตกต่างจากนักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยที่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่สัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางจำหน่ายสินค้ามากกว่านักศึกษาที่ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ส่วนด้าน ราคา ผลิตภัณฑ์ การบริการและการส่งเสริมการขายไม่แตกต่างกัน

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อครั้งที่แตกต่างกัน พิจารณาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

การมีทัศนคติด้านกฎหมายที่แตกต่างกัน เมื่อมีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวด จะส่งผลให้มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่ต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

ผู้ประกอบการเกี่ยวกับสื่อบันเทิง ไม่ควรค้ากำไรเกินควร เพราะนักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า ซีดีลิขสิทธิ์มีราคาแพงเกินควรในระดับมาก และหากผู้ประกอบการเกี่ยวกับสื่อบันเทิงสร้างสรรค์ผลงานให้มีคุณค่า ก็อาจจะช่วยลดการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคได้ เนื่องจาก

นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า ความมีคุณค่า ความบันเทิง ของซีดีเพลงและภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทนการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ในระดับมาก

ทั้งนี้ หากมีการแก้ไขปัญหาที่เด็ดขาด มีความรัดกุม และเพิ่มบทลงโทษต่อผู้ละเมิดให้รุนแรงกว่านี้ ประกอบกับความร่วมมือของประชาชนในการไม่สนับสนุนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ก็อาจทำให้ธุรกิจเพลงและภาพยนตร์สามารถขยายตัวได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้หลายเท่าตัว

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยในครั้งนี้อาจมีข้อผิดพลาดอยู่บ้างเนื่องจากการเก็บข้อมูลบางส่วนจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ดังนั้นหากจะมีการทำวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกันนี้ ก็ขอให้เพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นเพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจนและจะได้นำมาวิเคราะห์ผลได้อย่างละเอียด

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

กรุงเทพมหานคร, 3 มี.ค. 2551.

ไกรวุฒิ อาชามงคล. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.

จันทร์จิรา วีระยุทธวิไล. “ทัศนคติและพฤติกรรมกาเลือกซื้อแผ่นคอมแพ็คดิสก์ (compact disc) ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ด้านเพลงและภาพยนตร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

จิตรภา คุณทลบุตร. การวิจัยสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ สหธรรมิก จำกัด, 2550.

ชลอ บุญเกตุ. “การสำรวจทัศนคติของนักศึกษาเกี่ยวกับปัญหาเทปผีซีดีเถื่อน” วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2548.

ชาคริต จันทิมา. “พฤติกรรมกาซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2546.

ธัชชัย สุขผลศิริ. กฎหมายลิขสิทธิ์พร้อมด้วยพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ นิติธรรม, 2544.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. ระเบียบวิธีวิจัย ทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. อุบลราชธานี : วิทยาออฟเซตการพิมพ์, 2549.

บุญธรรม กิจปรีดาปรีสุทธิ. ปทานุกรมการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานต์. พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ภาพพิมพ์, 2531.

ยุทธ ไทวรรณ. วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย 1. ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ, 2550.

ศศิวิมล ปาลศรี. “การศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกาใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ พัฒนาศึกษา, 2538.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ธารี และไอทีเก็ท, 2541.
- สมาพันธ์ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง แอบบันท์กัเสียง และแอบบันท์กัภาพระหว่างประเทศ (IFPI Thai Group). แนใจหรือว่าเทป – ซี้ดี้ของคุณ คือ สิ้นค้ำลิขสิทธิ. กรุงเทพมหานคร, 2543.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ประกายพริก, 2543.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ โฮลิสติก พับลิชชิ่ง, 2548.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- สำนักงานวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ปีการศึกษา 2551. มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551
- ลัดดา กิติวิภาต. ทัศนคติทางสังคมเบื้องต้น. สำนักพิมพ์ แสงจันทร์การพิมพ์, 2525.
- ลัดดาวัลย์ เพชร โรจน์ และคณะ. สถิติสำหรับการวิจัยและการใช้ SPSS. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มีสชน มีเดีย จำกัด, 2550.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ชุดที่

--	--	--

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

วัน/เดือน/ปีที่บันทึก.....

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาสัมมนา ของนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อจะได้เป็นประโยชน์และนำไปสู่การปรับปรุง ข้อมูลที่ได้จากท่านจะนำไปวิเคราะห์และเสนอในภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นบุคคลใด ทางผู้ศึกษาขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในคำตอบที่ตรงกับทัศนคติหรือพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

คะแนน ตัวเลือก มีการแบ่งตัวเลขเป็นคะแนนดังนี้

5 หมายถึง จำเป็นที่สุด สำคัญที่สุด มากที่สุด เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง จำเป็นมาก สำคัญมาก มาก เห็นด้วย

3 หมายถึง จำเป็น สำคัญ ปานกลาง ไม่แน่ใจ

2 หมายถึง ไม่ค่อยจำเป็น ไม่ค่อยสำคัญ น้อย ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่จำเป็น ไม่สำคัญ น้อยมากที่สุด ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงคำตอบที่ตรงกับทัศนคติหรือพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

สำหรับผู้วิจัย

1. เพศ

1. ()

ชาย

หญิง

2. อายุ

2. ()

17 - 18 ปี

19 - 20 ปี

21 - 22 ปี

23 - 24 ปี

25 ปีขึ้นไป

3. คณะวิชา

3. ()

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร

คณะวิทยาการจัดการ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

4. ระดับการศึกษา

4. ()

ปี 1

ปี 2

ปี 3

ปี 4

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

5. ()

0 - 2,000 บาท

2,001 - 4,000 บาท

4,001 - 6,000 บาท

6,001 - 8,000 บาท

มากกว่า 8,000 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา

สำหรับผู้วิจัย

6. ท่านซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ประเภทใด

6. ()

- ซีดีเพลง
- ซีดีภาพยนตร์
- ซีดีเพลงและซีดีภาพยนตร์

7. ท่านซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กี่แผ่นต่อเดือนโดยเฉลี่ย

7. ()

- น้อยกว่า 1 แผ่น
- 1-4 แผ่น
- 5-8 แผ่น
- มากกว่า 8 แผ่น

8. ท่านใช้จำนวนเงินเท่าใดในการเลือกซื้อซีดีแต่ละครั้ง

8. ()

- ต่ำกว่า 200 บาท
- 201 - 300 บาท
- 301 - 400 บาท
- 401 - 500 บาท
- 501 บาท ขึ้นไป

9. ปกติท่านซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากที่ไหน

9. ()

- ตลาดนัด แผงลอยขายซีดีทั่วไป
- ร้านขายซีดีในห้างสรรพสินค้า
- ร้านขายซีดีผ่านทางอินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านเลือกซื้อซีดีจากร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำหรือไม่

10. ()

- เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ
- ไม่มีร้านที่ซื้อเป็นประจำ

11. ในปัจจุบันท่านรับรู้ข่าวสารการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากแหล่งใดมากที่สุด

11. ()

- รับรู้ข่าวสารด้วยตนเอง
- จากคำแนะนำของผู้ขาย
- จากการบอกต่อ
- จากอินเทอร์เน็ต

12. หากมีกฎหมายควบคุมซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง ท่านจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างไร 12. ()

- ยังคงซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เหมือนเดิม
- หยุดซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จนกว่าจะเลิกเข้มงวด
- เปลี่ยนมาซื้อซีดีลิขสิทธิ์แทน
- ไม่ซื้อทั้ง 2 อย่าง
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของนักศึกษา

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
13.	ด้านราคา ราคาของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถูกกว่าราคาของซีดีลิขสิทธิ์						13. ()
14.	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ						14. ()
15.	ราคาเหมาะสมกับประเภทของซีดี (mp3 คาราโอเกะ ภาพยนตร์)						15. ()
16.	ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต						16. ()
17.	สามารถต่อรองราคาได้						17. ()
18.	มีการแบ่งระดับราคา เช่น แบ่งราคาตามความนิยมและความล้ำสมัยของผลงานนั้น						18. ()
19.	ด้านผลิตภัณฑ์ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์						19. ()
20.	ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลายมากกว่าซีดีลิขสิทธิ์ เช่น การรวมเพลงแต่ละอัลบั้มเป็นแผ่น mp3, การรวมหนัง 2-4 เรื่องไว้ใน DVD แผ่นเดียวกัน						20. ()

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
21.	ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีสินค้าที่ซีดีลิขสิทธิ์ไม่มี เช่น ซีดีเพลงและภาพยนตร์ต่างชาติที่ประเทศไทยไม่ได้นำเข้าอย่างถูกกฎหมาย						21. ()
22.	ความเหมือนกันด้านรูปลักษณะภายนอกของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และซีดีลิขสิทธิ์ เช่น สีสัน บรรจุภัณฑ์						22. ()
23.	ความสมบูรณ์ของสินค้า เช่น แผ่นซีดี ซองหรือกล่องมีลักษณะดี ไม่มีรอยหรือตำหนิ						23. ()
27.	มีหลายร้านให้เลือกในบริเวณเดียวกัน						27. ()
28.	ด้านการบริการและการส่งเสริมการขาย พนักงานให้ความสนใจแก่ลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อเช่น การแนะนำสินค้าและความบันเทิงที่ลูกค้าจะได้รับ						28. ()
29.	มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น พนักงานมีความเป็นกันเอง สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้						29. ()
30.	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกใบปลิว การประกาศทางอินเทอร์เน็ต การบอกต่อจากผู้ขาย						30. ()
31.	มีการจัดรายการลด แลก แจก แถม						31. ()

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี
ส่วนที่ 4 ทศนคติของนักศึกษา

ข้อ	ทศนคติ	ระดับความเห็น					
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
32.	ทศนคติที่มีต่อซีดีลิขสิทธิ์ ซีดีลิขสิทธิ์มีคุณภาพมากกว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์						32. ()
33.	ซีดีลิขสิทธิ์มีราคาแพงเกินควร						33. ()

ข้อ	ทัศนคติ	ระดับความเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
34.	ระดับความมีคุณค่าของเพลงและภาพยนตร์ เช่น ก่อให้เกิดความรู้ จรรโลงใจ ความต้องการเก็บสะสม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์						34. ()
35.	ระดับความบันเทิงจากเพลงและภาพยนตร์ เช่น ความเพลิดเพลิน ความสนุก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีดีลิขสิทธิ์						35. ()
ทัศนคติที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์							
36.	ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาถูก						36. ()
37.	ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพใกล้เคียงกับซีดีลิขสิทธิ์						37. ()
38.	ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการทำงาน						38. ()
39.	ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์สามารถหาซื้อได้ทั่วไป						39. ()
40.	ท่านคิดว่าการใช้งานแผ่นซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของเครื่องเล่นซีดีหรือไม่						40. ()
ทัศนคติที่มีต่อจริยธรรมและกฎหมาย							
41.	การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความผิดทางศีลธรรม						41. ()
42.	มีการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างเปิดเผยโดยไม่เกรงกลัวกฎหมาย						42. ()
43.	รัฐบาลควรออกกฎหมายและเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์						43. ()
44.	การกำหนดให้มีบทลงโทษทั้งผู้ขายและผู้ซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคริเสธซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์น้อยลง						44. ()

ข้อ	ทัศนคติ	ระดับความเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
45.	ปัจจุบันรัฐบาลมีการกวาดล้างซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง						45. ()
46.	ประชาชนให้ความร่วมมือในการปราบปรามซีดีละเมิดลิขสิทธิ์						46. ()

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล
ที่อยู่

นางสาวจรรวธรรม ตั้งสุจริตวิจิตร
36/71 หมู่บ้านนครทองปาร์ควิว 1 ตำบลบางบัวทอง
อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ประวัติการศึกษา

2547

สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนมัธยมวัดคูสิตาราม จังหวัด
กรุงเทพมหานคร

2551

กำลังศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี