

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคใน  
จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายปิยะ ธนกาญจน์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ อรชร มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ  
อาจารย์ นิตยา เจริญประเสริฐ กรรมการ  
รองศาสตราจารย์ ลีวิเกียรติ รัชชคานติ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาวงการซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่  
มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัด  
เชียงใหม่
2. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคใน  
จังหวัดเชียงใหม่

3. ศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ที่มีต่อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์  
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์  
ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่างจากการศึกษาวงการซื้อเทปเพลงลิขสิทธิ์  
พบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการซื้อทั้ง เทปเพลงสากลลิขสิทธิ์และเทปเพลงสากล  
ละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้บริโภคมีความถี่ในการไปร้านขายเทปเดือนละ 1-3 ครั้งและใช้ช่วงเวลา  
การเลือกซื้อเทปในช่วงเวลาที่เทปน่าสนใจออกจำหน่าย ในการซื้อเทปเพลงสากลแต่ละครั้ง  
ใช้เงินประมาณ 101-300 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีสิ่งคำนึงถึงในการเลือกซื้อเพลงสากล คือ ตัวของศิลปินผู้ร้อง ด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าเพลงสากลที่ราคาต่างกันจะมีผลต่อการเลือกซื้ออย่างมาก ราคาของเพลงสากลลิขสิทธิ์ในปัจจุบันราคาแพงเกินไป ด้านสถานที่จัดจำหน่ายผู้บริโภคส่วนมากจะเลือกซื้อเพลงสากลที่ร้านขายเพลงและไม่มีร้านที่ซื้อประจำ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าร้านจำหน่ายเพลงที่เหมาะสมจะต้องมีจำนวนเพลงให้เลือกมาก ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคส่วนมากอาศัยการซื้อข่าวสารการจำหน่ายเพลงสากลจากรายการวิทยุในการตัดสินใจซื้อ

ทัศนคติต่อเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้บริโภคมีความเห็นด้วยมาก ได้แก่ เพลงลิขสิทธิ์มีคุณภาพดีกว่าเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มีผลต่อการซื้อเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคเพลงสากลในจังหวัดเชียงใหม่มีทัศนคติต่อเพลงสากลลิขสิทธิ์ว่ามีคุณภาพดีกว่าเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

จากการศึกษาพบว่าแนวทางในการวางแผนการตลาดสำหรับร้านขายเพลงในจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญ คือ มีจำนวนเพลงให้เลือกมาก ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำ มีการโฆษณาในรายการวิทยุ และมีผู้ที่สามารถแนะนำในการเลือกซื้อเพลงได้

**Independent Study Consumer' Buying Behaviour for International  
Copyrighted Cassette Tapes in Chiang Mai Province**

**Author** Mr. Piya Tanakan

**M.B.A.** Business Administration

**Examining Committee**

Lecturer Orachorn Maneesong Chairman  
Lecturer Nittaya Jariangprasert Member  
Assoc.Prof. Sirikiat Ratchusanti Member

**Abstract**

The objectives of the study on Chiangmai consumers' behaviour in buying copyrighted foreign music cassettes are :

1. to study Chiangmai consumers' behaviour in buying copyrighted foreign music cassettes,
2. to study main factors that affect Chiangmai consumers' decision in buying copyrighted foreign music cassettes,
3. to study attitudes of these consumers towards the foreign music cassettes.

In collecting the data, 200 questionnaires were given to the consumers in Chiangmai. A sample finding on the study of the consumers' behavior in buying copyrighted foreign music cassettes indicates that most questionnaire respondents bought copyrighted music cassettes and pirated versions. The consumers visit tape cassette shops one to three times a month when there is a promotion of new songs on the market. They spend approximately 101-300 baht per purchase.

On the factors affecting Chiangmai consumers in buying copyrighted foreign music cassettes, the questionnaire respondents think that the singer is the main factor. The difference in prices is also an important factor toward the buying decision. The prices of the copyrighted foreign music cassettes are too high. As for the selling outlets, most consumers buy cassettes from any cassette shop and they do not have regular shops. The consumers think that the cassette shops should have a wide variety of cassettes. As for sale promotion, most consumers rely on the information from the radio program in making their buying decision.

On the attitudes of Chiangmai consumers towards copyrighted foreign music cassettes, the finding indicates that the consumers strongly favor them because of their superior quality compared to the pirate versions' and because of the singers.

The result of the test of hypothesis, the product, the price, the selling outlets, and the sale promotion do not have any influence on the purchase of copyrighted foreign music cassettes of the consumers in Chiangmai. The attitude of Chiangmai consumers of copyrighted foreign music cassettes is positive in term of quality.

According to the study, it is recommended that the market planning for the cassette tape shops in Chiangmai include wide variety of tapes, low price, radio promotion, and skillfull sales personnels.