

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยในบทนี้ ประกอบด้วย การสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง โดยมีอายุอยู่ในช่วง 20 – 29 ปีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคืออายุน้อยกว่า 20 ปี และ 30 – 39 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือมีการศึกษาระดับอนุปริญญา และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาทจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์นานประมาณ 5 – 10 ปีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือมีประสบการณ์ 2 – 5 ปี โดยมีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์อยู่ในระดับน้อย-ปานกลางมากที่สุด รองลงมาคือมีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์อยู่ในระดับที่เข้าใจมาก และเข้าใจเป็นอย่างดี ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 91.0 มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้ในที่พักอาศัย ส่วนใหญ่ใช้ทำงานส่วนตัว ท่องอินเทอร์เน็ต และใช้เพื่อความบันเทิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อซอฟต์แวร์โดยร้อยละ 63.5 เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ประเภทเกมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ระบบปฏิบัติการ โปรแกรมสำหรับใช้ในสำนักงาน และโปรแกรมสำหรับตกแต่งภาพและกราฟิกส์ ตามลำดับ โดยจะซื้อซอฟต์แวร์จากร้านค้าในศูนย์คอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมาซื้อจากร้านที่ขายคอมพิวเตอร์ให้ และผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผล

ที่เลือกซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์คือ ใช้แล้วไม่เกิดปัญหาเมื่อเทียบกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่การเป็นซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย และการมีคู่มือในการใช้งาน

ส่วนที่ 3 ทรรศนะที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ส่วนของความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับเห็นด้วยกับประโยคที่กล่าวว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีแผ่น CD ที่มีคุณภาพสูง มีการใช้งานที่มีประสิทธิภาพดี มีการติดตั้งง่าย ครายี่ห้อที่มีชื่อเสียง มีคู่มือในการติดตั้งและการใช้ซอฟต์แวร์ มีบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงและสวยงาม มีการรับประกัน และมีการบริการหลังการขาย

ในด้านราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับประโยคที่กล่าวว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีราคาสูง และไม่สามารถต่อรองราคาได้ แต่มีความคิดเห็นว่ายก กับประโยคที่กล่าวว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำหน่ายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ กับประโยคที่กล่าวว่า ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์หาซื้อง่าย ร้านค้าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีความน่าเชื่อถือ และมีการจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นระเบียบ

ส่วนในความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยว่า ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ แต่มีความคิดเห็นเฉยๆ กับการลดราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ การแจกของแถมที่น่าสนใจ และการมีพนักงานที่มีความรู้คอยแนะนำคุณสมบัติของซอฟต์แวร์

ส่วนของความรู้สึกรู้สึก

ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ในด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับพอใจในคุณภาพของแผ่น CD ความสามารถในการใช้งานซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ การติดตั้งซอฟต์แวร์ ครายี่ห้อ คู่มือการติดตั้งและคู่มือการใช้งาน บรรจุภัณฑ์และฉลาก การรับประกัน และมีการบริการหลังการขาย

ในด้านความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ในด้านราคา ความเหมาะสมของคุณภาพกับราคา และความสามารถในการต่อรองราคา

ในด้านความพึงพอใจที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ในปัจจัยด้านการหาซื้อง่าย และการจัดแสดงสินค้า แต่มีความพอใจในด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

และในด้านความพึงพอใจที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจในด้านการลดราคา การแจกของแถม พนักงานขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ การโฆษณา แต่มีความพอใจในระดับเฉยๆ ในด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนของพฤติกรรมการ

ในด้านความตั้งใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคตมากที่สุด รองลงมามีความตั้งใจว่าจะตัดสินใจซื้อแน่นอน และยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อหรือไม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่อาจจะไม่ซื้อและไม่ซื้อแน่นอนมีเพียงร้อยละ 7 และร้อยละ 5 ตามลำดับ

ส่วนในด้านการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มากที่สุด รองลงมายังไม่แน่ใจว่าจะแนะนำหรือไม่ และจะแนะนำแน่นอน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่อาจจะไม่แนะนำและไม่แนะนำแน่นอนเพียงร้อยละ 6 และร้อยละ 3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

เปรียบเทียบทัศนคติจำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนของความเข้าใจ

จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ พบว่า กลุ่มที่มีความเข้าใจน้อย-ปานกลางจะเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจมากและกลุ่มที่เข้าใจเป็นอย่างดีในปัจจุบันด้านการมีคู่มือและการไม่สามารถต่อรองราคาได้ และพบว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดีมีความเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจน้อย-ปานกลางและกลุ่มที่มีความเข้าใจมากในการหาซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ได้ง่ายและการมีพนักงานขายที่มีความรู้ให้คำแนะนำ

ส่วนของความรู้ลึก

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดีมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจน้อย-ปานกลางและกลุ่มที่มีความเข้าใจมากในด้านการลดราคา การแจกของแถม และการประชาสัมพันธ์ และพบว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจ

น้อย-ปานกลาง มีความพึงพอใจในด้านความสามารถในการต่อราคาสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับความเข้าใจมากและกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี

ส่วนของพฤติกรรม

ในส่วนของพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ มีความตั้งใจซื้อและความตั้งใจแนะนำไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบทัศนคติจำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

ส่วนของความเข้าใจ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านการมีคู่มือการใช้งาน และในด้านการมีบรรจุกฎหมายที่มีคุณภาพดีและสวยงาม โดยกลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในทั้งสองปัจจัยดังกล่าว

ส่วนของความรู้สึก

ส่วนการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านการติดตั้งซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และด้านบรรจุกฎหมายของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ โดยกลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในสองปัจจัยดังกล่าว

ส่วนของพฤติกรรม

ในการเปรียบเทียบทางค่านพฤติกรรม กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีความตั้งใจซื้อสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนในด้านความตั้งใจแนะนำ ทั้งสองกลุ่มมีความตั้งใจแนะนำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เปรียบเทียบทัศนคติจำแนกตามกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนของความเข้าใจ

จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่ากลุ่มเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มลูกจ้างเอกชน

และกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจในความคิดเห็นด้านการใช้งานมีประสิทธิภาพด้านการติดตั้งง่ายและด้านคุณภาพเหมาะสมกับราคา

ส่วนของความรู้อีก

ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจในซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเจ้าของกิจการและกลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในด้านความสามารถในการใช้งานซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์น้อยกว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ส่วนของพฤติกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และความตั้งใจแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเข้าใจว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี โดยมีความเห็นในเชิงบวกและมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัย แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีราคาสูงและต่อราคาไม่ได้ จึงรู้สึกเฉยๆ ในด้านราคาและด้านความสามารถในการต่อราคา และเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จึงส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่อาจจะซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์และอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเรื่ององค์ประกอบของทัศนคติ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านความเข้าใจ องค์ประกอบความรู้สึก และองค์ประกอบพฤติกรรม มีความเชื่อมโยงเป็นลำดับขั้น โดยองค์ประกอบด้านความเข้าใจ จะมีผลต่อองค์ประกอบด้านความรู้สึกซึ่งจะส่งผลไปยังองค์ประกอบด้านพฤติกรรม เพราะจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจในซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในเชิงบวก ก็จะมีความรู้สึกต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในเชิงบวกซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในเชิงบวกด้วยเช่นเดียวกัน

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับน้อย-ปานกลาง จะมีความรู้ความเข้าใจในซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์น้อยกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจมาก และกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี นอกจากนี้กลุ่มที่มีความเข้าใจในระดับน้อย-ปานกลางกลับมีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจมากและกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี เนื่องจากส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับน้อย-ปานกลาง จะไม่มีประสบการณ์โดยตรงในการใช้ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ จึงทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งอื่นๆ เช่น รับฟังมาจากเพื่อน หรือกลุ่มอ้างอิงอื่นๆ ซึ่งบางครั้งก็ได้รับข้อมูลที่ผิด ทำให้นักคิดไปเอง

จึงมีความเข้าใจว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ไม่ค่อยมีคู่มือในการใช้งาน และสามารถต่อราคาซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ได้ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี เป็นกลุ่มที่มีความรู้ในคอมพิวเตอร์ในระดับสูง จึงมีความต้องการซอฟต์แวร์เฉพาะ ที่นอกเหนือไปจากซอฟต์แวร์ประเภทระบบปฏิบัติการ โปรแกรมที่ใช้ในสำนักงาน และเกมส์ เช่น โปรแกรมเกี่ยวกับการตกแต่งรูปภาพ โปรแกรมที่ใช้ช่วยในการสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งโปรแกรมเหล่านี้ค่อนข้างจะหาซื้อได้ยากตามท้องตลาด ในด้านของพนักงานขายนั้น กลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดีส่วนใหญ่จะมีความรู้มากกว่าพนักงานขายอยู่แล้ว จึงมีความเห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านพนักงานขายมีความรู้คอยให้คำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดในเรื่องการก่อตัวของทัศนคติ คือ ทัศนคติ เกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ ทั้งจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคลและเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลในสังคม เป็นต้น เนื่องจากในกลุ่มที่มีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ระดับน้อย-ปานกลางส่วนใหญ่ มักจะมีการใช้งานคอมพิวเตอร์น้อยกว่ากลุ่มที่มีความเข้าใจในระดับมากและกลุ่มที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดี ดังนั้น โอกาสที่จะได้ใช้หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีน้อยตามไปด้วย ทำให้มีทัศนคติที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีความเข้าใจสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ในด้านของการมีคู่มือการใช้งาน และด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและสวยงาม และมีความพึงพอใจสูงกว่าในด้านการติดตั้งซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ ทำให้กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ยังมีความตั้งใจซื้อสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติและการก่อตัวของทัศนคติ กล่าวคือ กลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีองค์ประกอบทางด้านความเข้าใจมากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อ เนื่องจากมีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มากกว่า ทำให้กลุ่มที่เคยซื้อมีความเข้าใจ ความพึงพอใจ และมีความตั้งใจซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ สูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของกิจการเห็นด้วยน้อยกว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษา, กลุ่มลูกจ้างเอกชน และกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจในความคิดเห็นด้านการใช้งานมีประสิทธิภาพ ด้านการติดตั้งง่ายและด้านคุณภาพเหมาะสมกับราคา และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มเจ้าของกิจการและกลุ่มลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในด้านความสามารถในการใช้งานซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์น้อยกว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดในการก่อทัศนคติ กล่าวคือ ทัศนคติ เกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ ทั้งจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคลและเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลในสังคม เป็นต้น เนื่องจากในแต่ละอาชีพ มีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอ้างอิงไม่เหมือนกัน กล่าวคือ ในกลุ่มนักเรียน

ส่วนใหญ่ก็จะมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนนักเรียนด้วยกัน ส่วนกลุ่มเจ้าของกิจการก็มักจะมีปฏิสัมพันธ์กับลูกจ้างหรือคู่ค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน กลุ่มลูกจ้างพนักงานของเอกชนส่วนใหญ่ก็จะมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในสถานที่ทำงานเดียวกันซึ่งเป็นลูกจ้างพนักงานเหมือนกัน และกลุ่มข้าราชการก็มักจะมีปฏิสัมพันธ์กันกับกลุ่มข้าราชการด้วยกันเอง ซึ่งทำให้กลุ่มอ้างอิงแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน ส่งผลให้ข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมีความแตกต่างกันไปด้วย จึงเกิดความแตกต่างกันในทัศนคติขึ้น

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์เนื่องจากซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีแผ่น CD ที่คุณภาพสูงและทนทาน มีประสิทธิภาพในการใช้งานและการติดตั้งดีกว่าซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ทรายี่ห้อมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก มีคู่มือการใช้งานเป็นภาษาไทย มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและแข็งแรง มีการรับประกันและการบริการหลังการขายที่ดี
2. ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีราคาแพง ต่อราคาไม่ได้ และคุณภาพไม่ค่อยเหมาะสมกับราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้สึกพอใจกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า แต่รู้สึกเฉยๆ กับด้านการหาซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์และการจัดส่งสินค้า เนื่องจากซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ยังหาซื้อได้ค่อนข้างยาก อีกทั้งการจัดวางสินค้าภายในร้าน ยังไม่น่าดึงดูดใจเท่าที่ควร
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการลดราคา การแจกของแถม พนักงานขายซอฟต์แวร์ และการโฆษณา แต่รู้สึกเฉยๆ ในด้านการประชาสัมพันธ์
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อและบอกต่อให้ผู้อื่นซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในอนาคต
6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์จากร้านค้าย่อยในศูนย์คอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมาคือร้านที่ขายคอมพิวเตอร์ให้ และร้านที่ขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์โดยเฉพาะ (Dealer) ตามลำดับ

7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ทุกประเภทคือ การเป็นซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย การใช้งานไม่มีปัญหาเมื่อเทียบกับซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ และมีคู่มือการใช้งาน
8. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ในระดับน้อย-ปานกลาง มีความเห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านการมีคู่มือและด้านการต่อราคาไม่ได้
9. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดีมีความเห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์หาซื้อง่ายและมีพนักงานขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่มีความรู้คอยให้คำแนะนำ
10. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ มีความเห็นด้วยในด้านการมีคู่มือและด้านบรรจุกฎหมายน้อยกว่ากลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในด้านการติดตั้งซอฟต์แวร์ และด้านบรรจุกฎหมายน้อยกว่า
11. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการมีความเห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านการใช้งานมีประสิทธิภาพดี, การติดตั้งง่าย และคุณภาพเหมาะสมกับราคา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์และแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในด้านส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่แล้ว จึงควรที่จะคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ และพัฒนาให้ดีขึ้น เช่น

1. ใช้แผ่น CD คุณภาพสูง เพื่อให้มีความแข็งแรงทนทาน และสามารถบันทึกข้อมูลไว้ได้เป็นระยะเวลานาน
2. ทำคู่มือการใช้งานหรือคู่มือการติดตั้งเป็นภาษาไทย และใช้สำนวน วิธีการเขียนที่อ่านเข้าใจง่าย
3. ออกแบบและพัฒนาบรรจุกฎหมายใหม่ให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด แทนที่บรรจุกฎหมายเดิมซึ่งมีขนาดใหญ่โตเกินไป
4. คิดฉลากอธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และข้อเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบอกถึงรายละเอียดว่า ภายในกล่องมีสิ่งใดอยู่ เช่น มีแผ่น CD 4 แผ่น มีคู่มือการใช้งานภาษาไทย และ Password ลงทะเบียนทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

5. กำหนดนโยบายการรับประกันสินค้าให้ชัดเจน และสร้างระบบการรับประกัน เปลี่ยนคืน ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกและรวดเร็ว
6. จัดทำระบบบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ เช่น การ Upgrade โปรแกรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การลงทะเบียน Online หรือการช่วยเหลือทางเทคนิคผ่านทางเว็บไซต์ (Technical Support) เป็นต้น

ด้านราคา

ในด้านราคา ซึ่งเป็นปัญหาสำหรับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์เสมอมา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มีราคาสูง ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปรับลดราคาของซอฟต์แวร์ลงมาให้ใกล้เคียงกับราคาซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์
2. ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย อาจะปรับลดขนาดความสามารถของซอฟต์แวร์และลดราคา ลง โดยอาจจะสร้างซอฟต์แวร์ออกมาหลายเวอร์ชัน ซึ่งมีความสามารถแตกต่างกันไป และแต่ละเวอร์ชันก็มีราคาที่แตกต่างกันตามความสามารถในการทำงานของซอฟต์แวร์
3. ปรับราคาให้มีหลายช่วงสำหรับผู้ใช้งานหลายประเภท เช่น ราคาสำหรับซอฟต์แวร์เพื่อการศึกษา, ราคาสำหรับซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในธุรกิจ หรือราคาสำหรับผู้ใช้งานตามบ้าน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือด้านการกระจายสินค้า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีปัญหา เนื่องจากหาซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ได้ค่อนข้างยาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เพิ่มจุดกระจายสินค้า หรือเพิ่มจำนวนร้านค้าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ให้มากขึ้น โดยอาจจะติดต่อไปยังร้านขายเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างๆ ให้นำซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ไปวางขายด้วย โดยอาจจะขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ไปพร้อมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ขายให้ลูกค้า
2. เพิ่มชนิดของซอฟต์แวร์ให้หลากหลายมากขึ้น นอกจากซอฟต์แวร์ประเภทเกมส์, ระบบปฏิบัติการ และซอฟต์แวร์ชุด Office โดยอาจจะเพิ่มซอฟต์แวร์ทางด้าน Graphic, CAD/CAM, หรือด้านอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น
3. ใช้ E-commerce โดยสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อขายซอฟต์แวร์แบบ Online ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้ลูกค้ารู้จัก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์นั้นๆ เช่น จัดแสดงซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการทำบัญชีในงานสัมมนาทางด้านการบัญชี หรือเข้าร่วมงานที่มีความเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ต่างๆ เช่น งาน IT Trade Fair เป็นต้น
2. จัดทำระบบสมาชิก โดยให้สิทธิพิเศษต่างๆ แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ของแถม กิจกรรมพิเศษต่างๆ บริการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การสะสมแต้มเพื่อแลกเป็นส่วนลดหรือของกำนัล เป็นต้น
3. แจกของแถมพร้อมกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ เช่น แผ่นรองเมาส์รูปตัวละครในเกมส์ ที่ผลิตออกมาจำนวนจำกัด เพื่อสร้างคุณค่าของของแถม
4. ฝึกอบรมพนักงานขายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ให้สามารถอธิบายและแก้ปัญหาเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้ทันที และฝึกอบรมพนักงานขายให้มีใจรักงานบริการ
5. โฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น นิตยสารเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่มียอดขายสูง
6. เร่งประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะในผู้ใช้ระดับเบื้องต้น ให้มีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้น โดยชี้แจงถึงข้อดีในการใช้ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และข้อเสียของซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์
7. สร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า และติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยการเก็บบันทึกข้อมูลของลูกค้า เช่น E-mail Address ประเภทของซอฟต์แวร์ที่ลูกค้าชอบ ระดับของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าใช้ เป็นต้น แล้วทำการส่ง mail แจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ คู่มือที่ใช้สำหรับเป็นส่วนลดในการซื้อซอฟต์แวร์ให้ลูกค้า
8. ให้ส่วนลดพิเศษหรือของกำนัลแก่ลูกค้าสมาชิกที่พาลูกค้าใหม่มาสมัครสมาชิกหรือซื้อซอฟต์แวร์กับทางร้าน

กลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม

1. กลุ่มที่มีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์น้อย-ปานกลาง

เป็นกลุ่มที่มีความเห็นว่าซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ไม่ค่อยมีคู่มือและซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์สามารถต่อราคาได้ ผู้ผลิตซอฟต์แวร์อาจจะใช้การแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้าในกลุ่มนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มากขึ้น สามารถทำได้โดยการติดฉลากข้างกล่องซอฟต์แวร์เพื่ออธิบายว่าภายในกล่อง ได้มีสิ่งใดบรรจุไว้บ้าง เช่น ติดฉลากด้วยตัวอักษรและสีที่เด่นชัด อธิบายว่ามีคู่มือภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ เป็นต้น

ในส่วนของคุณคิดเห็นด้านการต่อราคาซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วจะต่อราคาได้ก่อนข้างยากหรือต่อราคาไม่ได้เลย เนื่องจากผู้ผลิตซอฟต์แวร์ระบุไว้ว่าต้องขายซอฟต์แวร์ตามราคาที่กำหนด จึงควรใช้การส่งเสริมการตลาดอื่นมาใช้ทดแทนในด้านการต่อราคาไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น การสมัครสมาชิกซอฟต์แวร์คลับเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อซอฟต์แวร์, การแจกของแถมเมื่อซื้อซอฟต์แวร์ เช่น แจกสมุดโน้ต, แผ่นซอฟต์แวร์ชุดทดลอง เป็นต้น

นอกจากนี้ ในกลุ่มของผู้ที่มีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์น้อย-ปานกลาง มักจะมีปัญหาในด้านการติดตั้งซอฟต์แวร์ จึงอาจส่งเสริมการขายโดยมีบริการติดตั้งซอฟต์แวร์ให้ลูกค้า หรือมีบริการสอนวิธีการใช้ซอฟต์แวร์ที่ลูกค้าซื้อ โดยอาจจัดสอนเป็นช่วงสั้นๆ เช่น วันเสาร์-อาทิตย์ หรืออาจสอนให้ลูกค้าทันทีเมื่อซื้อซอฟต์แวร์ เป็นต้น

2. กลุ่มที่มีความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี

กลุ่มนี้มีความเห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านการหาซื้อซอฟต์แวร์และด้านพนักงานขาย เนื่องจากกลุ่มที่มีระดับความเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดีจะมีการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ใหม่ๆ อยู่เสมอ ทำให้มีความต้องการเจาะจงซื้อซอฟต์แวร์ชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งมักจะเป็นซอฟต์แวร์ที่เป็นเอกลักษณ์ และทำการลอกเลียนแบบได้ค่อนข้างยาก ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ควรจัดการด้านการกระจายสินค้า โดยอาจจะร่วมมือกับร้านขายเครื่องคอมพิวเตอร์และร้านขายซอฟต์แวร์ ให้วางจำหน่ายซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ให้ครอบคลุมทุกประเภท และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบ Online ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อซอฟต์แวร์ได้ทางเว็บไซต์ และจัดส่งซอฟต์แวร์ให้ลูกค้าถึงบ้าน โดยอาจใช้วิธีชำระเงินผ่านบัตรเครดิต หรือการเก็บเงินปลายทาง นอกจากนี้ ควรทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบว่ามีการจำหน่ายที่ใดบ้าง เช่น โฆษณาผ่านนิตยสารที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เช่น Futuer Gamers, Computer Today เป็นต้น โดยแจ้งข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ สถานที่จำหน่าย และชื่อเว็บไซต์สำหรับทำการสั่งซื้อ รวมไปถึงข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคา การแจกของแถมเมื่อซื้อซอฟต์แวร์ หรือการสะสมแต้มเพื่อแลกของกำนัล เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์เช่น Pantip.com, Sanook.com เป็นต้น

ในส่วนของคุณพนักงานขาย ควรจะมีการคัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์ทั้งทางด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์พอสมควร เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าและตอบข้อซักถามจากลูกค้าได้

3. กลุ่มที่ไม่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

เนื่องจากในกลุ่มนี้ ยังไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์มากนัก จึงควรให้ความรู้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ สามารถทำได้โดยให้พนักงานขาย

ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ เป็นผู้อธิบายและให้ความรู้ รวมถึงทัศนคติที่ถูกต้อง นอกจากนี้ อาจขอความร่วมมือจากร้านค้าที่ขายเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น เมื่อขายเครื่องคอมพิวเตอร์ ก็จัดฝึกอบรมการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นระยะสั้นๆ ฟรี โดยระหว่างฝึกอบรม ก็สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ได้

4. กลุ่มที่ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เคยซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ทราบข้อดี ข้อบกพร่อง และส่วนใหญ่จะมีทัศนคติต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ที่ดีอยู่แล้ว จึงควรสร้างความภักดีในซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ และกระตุ้นให้เกิดการซื้ออย่างต่อเนื่อง โดยแก้ไขข้อบกพร่องของซอฟต์แวร์ในด้านการกระจายสินค้า จัดให้มีซอฟต์แวร์หลากหลายประเภท และส่งเสริมการขายโดยการสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้ส่วนลด และการสะสมแต้มแลกของกำนัล เป็นต้น

5. กลุ่มเจ้าของกิจการ

เนื่องจากในกลุ่มนี้ มักจะมีประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์อยู่เสมอ โดยเฉพาะในด้านของราคา เช่น ซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ในราคาแพง หรือคนใช้ซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ แล้วโดนตำรวจจับ จึงต้องเสียค่าปรับแพงๆ ทำให้ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มเจ้าของกิจการจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ผู้ผลิตซอฟต์แวร์อาจใช้วิธีการกำหนดระดับราคาของซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ หลายระดับราคา โดยแต่ละระดับจะมีข้อจำกัดในการใช้งานที่แตกต่างกัน หรืออาจจะใช้วิธีการขายซอฟต์แวร์พร้อมกับฮาร์ดแวร์และกำหนดราคาให้ไม่สูงมากนัก เช่น กรณีของไมโครซอฟต์ ที่กำหนดระดับราคาของระบบปฏิบัติการวินโดวส์ไว้หลายราคา โดยแยกขายเฉพาะซอฟต์แวร์และคิรราคาเต็ม หรืออาจจะลดราคาลงมา แต่จะขายพร้อมกับชุดคีย์บอร์ดและชุดเมาส์ของไมโครซอฟต์ เป็นต้น และทำการประชาสัมพันธ์เพื่อนำถึงคุณภาพที่ดีกว่าซอฟต์แวร์ละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อลดความไม่พอใจ