

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ในอำเภอเมืองลำปาง ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษา ผลการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และยานพาหนะที่ใช้ (ตารางที่ 1 - 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคซีดีเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ (ตารางที่ 7 - 10)

2.2 ด้านความพึงพอใจ (ตารางที่ 11 - 15)

2.3 ด้านพฤติกรรม (ตารางที่ 16 - 20)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ พฤติกรรมของผู้ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ (ตารางที่ 21 - 33)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ (ตารางที่ 34 - 36)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคซีดีเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 37 - 46)

5.2 จำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 47 - 56)

5.3 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 57 - 66)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	191	47.75
หญิง	209	52.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 47.75 และเพศหญิง ร้อยละ 52.25

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	60	15.00
20 - 30 ปี	192	48.00
31 - 40 ปี	100	25.00
41 - 50 ปี	37	9.25
51 - 60 ปี	9	2.25
มากกว่า 60 ปี	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20 – 30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ อายุ 31 -40 ปี ร้อยละ 25.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	13	3.25
มัธยมศึกษาหรือ ปวช.	100	25.00
อนุปริญญาหรือ ปวส.	42	10.50
ปริญญาตรี	205	51.25
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.25 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. ร้อยละ 25.00 และระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	143	35.75
แม่บ้านหรือพ่อบ้าน	7	1.75
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	13.00
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27.00
อาชีพอิสระ	40	10.00
นักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ	16	4.00
อื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง พยาบาล ครู	34	8.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 27.00 และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	143	35.75
5,000 - 10,000 บาท	65	16.25
10,001 - 20,000 บาท	99	24.75
20,001 - 30,000 บาท	43	10.75
มากกว่า 30,000 บาท	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 24.75 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้เป็นประจำ

ยานพาหนะที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์	190	47.50
รถจักรยานยนต์	245	61.25
รถจักรยาน	68	17.00
รถโดยสารสาธารณะ/ประจำทาง	40	10.00
อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้ใช้ยานพาหนะ	2	0.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ ร้อยละ 61.25 รองลงมาคือ รถยนต์ ร้อยละ 47.50 และรถจักรยาน ร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคซีดีเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม

2.1 องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีสังเกตซีดีเพลงลิขสิทธิ์

วิธีสังเกตซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
สังเกตจากบรรจุภัณฑ์	265	66.25
สังเกตจากจำนวนเพลง	113	28.25
สังเกตจากราคา	227	56.75
สังเกตจากร้านจำหน่าย	257	64.25
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ผลิต	12	3.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีสังเกตซีดีเพลงลิขสิทธิ์ โดยสังเกตจากบรรจุภัณฑ์มากที่สุด ร้อยละ 66.25 รองลงมาสังเกตจากร้านจำหน่าย ร้อยละ 64.25 และสังเกตจากราคา ร้อยละ 56.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นว่าการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์มีประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมเพลงอย่างไร

ประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมเพลง	จำนวน	ร้อยละ
นักประพันธ์เพลงจะทุ่มเทความคิดในการแต่งเพลงเพิ่มขึ้น	226	56.50
ศิลปินจะมีกำลังใจในการผลิตผลงานเพลงเพิ่มขึ้น	319	79.75
บริษัทผู้ผลิตจะส่งเสริมศิลปินในการสร้างสรรค์งานเพลงเพิ่มขึ้น	224	56.00
ไม่สนับสนุนสินค้าเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์	170	42.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จะช่วยให้ศิลปินมีกำลังใจในการผลิตผลงานเพลงมากที่สุด ร้อยละ 79.75 รองลงมาเห็นว่าการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จะช่วยให้นักประพันธ์เพลงทุ่มเทความคิดในการแต่งเพลง ร้อยละ 56.50 และช่วยให้บริษัทผู้ผลิตส่งเสริมศิลปินในการสร้างสรรค์งานเพลง ร้อยละ 56.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจว่าร้านจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำเป็นต้องมีใบอนุญาตจำหน่าย

ร้านจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาต	81	20.25
จำเป็นต้องมีใบอนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์	319	79.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องว่าร้านจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำเป็นต้องมีใบอนุญาตจำหน่าย ร้อยละ 79.75 และมีความรู้ความเข้าใจที่ผิดว่าร้านจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตจำหน่าย ร้อยละ 20.25

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความเห็นด้วยว่า สามารถจำแนกความแตกต่างได้ชัดเจน ระหว่างซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สามารถจำแนก ความแตกต่างได้ชัดเจน ระหว่างซีดีเพลงลิขสิทธิ์ และซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์	ระดับความเห็นด้วย					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
	142 (35.50)	130 (32.50)	114 (28.50)	5 (1.25)	9 (2.25)	3.98	มาก

หมายเหตุ : 4.50 – 5.00 = เห็นด้วยมากที่สุด, 3.50 – 4.49 = เห็นด้วยมาก, 2.50 – 3.49 = เห็นด้วยปานกลาง, 1.50 – 2.49 = เห็นด้วยน้อย, 1.00 – 1.49 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นด้วยว่าสามารถจำแนกความแตกต่างได้ชัดเจน ระหว่างซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 35.50 รองลงมา อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 32.50 และระดับปานกลาง ร้อยละ 28.50 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นด้วยว่าสามารถจำแนกความแตกต่างได้ชัดเจน ระหว่างซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98)

2.2 องค์ประกอบด้านความพึงพอใจ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
คุณภาพเสียง	214 (53.50)	161 (40.25)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.47	มาก	1
ความทนทาน และอายุการใช้งานของแผ่นซีดี	161 (40.25)	173 (43.25)	64 (16.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.23	มาก	2
จำนวนเพลง	47 (11.75)	105 (26.25)	169 (42.25)	63 (15.75)	16 (4.00)	3.26	ปานกลาง	6
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	92 (23.00)	192 (48.00)	103 (25.75)	11 (2.75)	2 (0.50)	3.90	มาก	3
มีเนื้อเพลงให้มาพร้อมแผ่นซีดี	86 (22.00)	160 (40.00)	113 (28.25)	30 (7.50)	9 (2.25)	3.72	มาก	4
มีบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	98 (24.50)	102 (25.50)	122 (30.50)	52 (13.00)	26 (6.50)	3.49	ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85	มาก	

หมายเหตุ : 4.50 – 5.00 = พึงพอใจมากที่สุด, 3.50 - 4.49 = พึงพอใจมาก, 2.50 – 3.49 = พึงพอใจปานกลาง, 1.50 – 2.49 = พึงพอใจน้อย, 1.00 -1.49 = พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ในเรื่องคุณภาพเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความทนทาน และอายุการใช้งานของแผ่นซีดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีเนื้อเพลงให้มาพร้อมแผ่นซีดี (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องมีบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) จำนวนเพลง (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาของสินค้า	50 (12.50)	81 (20.25)	178 (44.50)	55 (13.75)	36 (9.00)	3.14	ปานกลาง	3
การมีป้ายแสดงราคาสินค้า	51 (12.75)	175 (43.75)	141 (35.25)	27 (6.25)	6 (1.50)	3.60	มาก	1
การให้ลูกค้าต่อรองราคา	34 (8.50)	71 (17.75)	150 (37.75)	121 (30.25)	24 (6.00)	2.93	ปานกลาง	4
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	63 (15.75)	132 (33.00)	147 (36.75)	45 (11.25)	13 (3.25)	3.47	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.28	ปานกลาง	

หมายเหตุ : 4.50 – 5.00 = พึงพอใจมากที่สุด, 3.50 - 4.49 = พึงพอใจมาก, 2.50 – 3.49 = พึงพอใจปานกลาง, 1.50 – 2.49 = พึงพอใจน้อย, 1.00 -1.49 = พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ในเรื่องการมีป้ายแสดงราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60)

มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่อง ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) ราคาของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) การให้ลูกค้าต่อรองราคา (ค่าเฉลี่ย 2.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า	70 (17.50)	173 (43.25)	126 (31.50)	28 (7.00)	3 (0.75)	3.70	มาก	2
สถานที่ตั้งร้านอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	57 (14.25)	139 (34.75)	163 (40.75)	37 (9.25)	4 (1.00)	3.52	มาก	7
สถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	62 (15.50)	180 (45.00)	125 (31.25)	26 (6.50)	7 (1.75)	3.66	มาก	3
มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	53 (13.25)	177 (44.25)	136 (34.00)	27 (6.75)	7 (1.75)	3.61	มาก	4
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้าน	51 (12.75)	170 (42.50)	146 (36.50)	29 (7.25)	4 (1.00)	3.59	มาก	5
การมีบริเวณให้บริการจอดรถ	39 (9.75)	132 (33.00)	160 (40.00)	56 (14.00)	13 (3.25)	3.32	ปานกลาง	8
ความสวยงาม สะอาดของร้าน	60 (15.00)	151 (37.75)	151 (37.75)	31 (7.75)	7 (1.75)	3.57	มาก	6
ความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า	86 (21.50)	164 (41.00)	127 (31.75)	16 (4.00)	7 (1.75)	3.77	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.59	มาก	

หมายเหตุ : 4.50 – 5.00 = พึงพอใจมากที่สุด, 3.50 - 4.49 = พึงพอใจมาก, 2.50 – 3.49 = พึงพอใจปานกลาง, 1.50 – 2.49 = พึงพอใจน้อย, 1.00 -1.49 = พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ในเรื่องความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) สถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความสวยงาม สะอาด ของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.57) สถานที่ตั้งร้านอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องการมีบริเวณไว้บริการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ	106 (26.50)	190 (47.50)	88 (22.00)	15 (3.75)	1 (0.25)	3.96	มาก	1
ความรู้ของพนักงานขาย	53 (13.25)	131 (32.75)	172 (43.00)	38 (9.50)	6 (1.50)	3.47	ปานกลาง	7
ความสุภาพของพนักงานขาย	67 (16.75)	135 (33.75)	154 (38.50)	37 (9.25)	7 (1.75)	3.55	มาก	4
การจัดรายการขายสินค้าราคาพิเศษ	67 (16.75)	128 (32.00)	157 (39.25)	42 (10.50)	6 (1.50)	3.52	มาก	5
การแจกของแถม	48 (12.00)	99 (24.75)	147 (36.75)	82 (20.50)	24 (6.00)	3.16	ปานกลาง	10
ให้สมัครสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	58 (14.50)	118 (29.50)	132 (33.00)	73 (18.25)	19 (4.75)	3.31	ปานกลาง	8
ให้สะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	53 (13.25)	116 (29.00)	125 (31.25)	75 (18.75)	31 (7.75)	3.21	ปานกลาง	9
การให้บริการทดลองฟังเพลง	93 (23.25)	132 (33.00)	117 (29.25)	44 (11.00)	14 (3.50)	3.62	มาก	3
การให้บริการทดลองแผ่นว่าไม่มีปัญหา	92 (23.00)	109 (27.25)	126 (31.50)	56 (14.00)	17 (4.25)	3.51	มาก	6
การจัดอันดับอัลบั้มขายดี	82 (20.50)	158 (39.50)	126 (31.50)	26 (6.50)	8 (2.00)	3.70	มาก	2
การจัดกิจกรรมพบศิลปิน	59 (14.75)	72 (18.00)	120 (30.00)	103 (25.75)	46 (11.50)	2.99	ปานกลาง	11
ค่าเฉลี่ยรวม						3.45	ปานกลาง	

หมายเหตุ : 4.50 – 5.00 = พึงพอใจมากที่สุด, 3.50 - 4.49 = พึงพอใจมาก, 2.50 – 3.49 = พึงพอใจปานกลาง, 1.50 – 2.49 = พึงพอใจน้อย, 1.00 -1.49 = พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ในเรื่องการโฆษณาทางสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.96) การจัดอันดับอัลบั้มขายดี (ค่าเฉลี่ย 3.70) การให้บริการทดลองฟังเพลง (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความสุภาพของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.55) การจัดรายการขายสินค้าราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.52) การให้บริการทดลองแผ่นว่าไม่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.47) ให้สมัครสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.31) ให้สะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.21) ในเรื่องการแจกของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.16) การจัดกิจกรรมพบศิลปิน (ค่าเฉลี่ย 2.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงสรุปการจัดอันดับแปลผลและค่าเฉลี่ยรวม ด้านความพึงพอใจที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.85	พอใจมาก	1
ด้านราคา	3.28	ปานกลาง	4
ด้านการจัดจำหน่าย	3.59	พอใจมาก	2
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.45	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับพอใจมาก ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.45) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ซีดีเพลง	391	97.75
เทปเพลง	23	5.75
วิทยุ	244	61.00
โทรทัศน์	197	49.25
คอมพิวเตอร์	224	56.00
โทรศัพท์มือถือ	167	41.75
เครื่องเล่น MP3	194	48.50
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องเล่น MP4	2	0.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากฟังเพลงผ่านสื่อประเภทซีดีเพลง ร้อยละ 97.75 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 61.00 และคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 56.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการฟังเพลง

เวลาที่ใช้ในการฟังเพลง	จำนวน	ร้อยละ
เวลาพักผ่อน	258	64.50
เวลาทำงาน	68	17.00
เวลาเดินทาง	220	55.00
ทุกเวลาที่มีโอกาส	202	50.50
อื่นๆ ได้แก่ เวลาออกกำลังกาย	3	0.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามฟังเพลงในช่วงเวลาพักผ่อนมากที่สุด ร้อยละ 64.50 รองลงมาคือ เวลาเดินทาง ร้อยละ 55.00 และทุกเวลาที่มีโอกาส ร้อยละ 50.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	104	26.00
1 – 2 ชั่วโมง	146	36.50
มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง	101	25.25
มากกว่า 4 ชั่วโมง	49	12.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังเพลงต่อวัน 1 – 2 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 36.50 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 26.00 และมากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง ร้อยละ 25.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทซีดีเพลงที่ซื้อ

ประเภทซีดีเพลงที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เฉพาะซีดีเพลงลิขสิทธิ์	76	19.00
เฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	65	16.25
ทั้งซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	259	64.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อทั้งซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ร้อยละ 64.75 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 19.00 และซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อซีดีเพลง

ลักษณะการซื้อซีดีเพลง	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	335	83.75
ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	65	16.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 83.75 และซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ร้อยละ 16.25

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ พฤติกรรมของผู้ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ (ทั้งหมดจำนวน 335 ราย)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและคะแนนของแต่ละอันดับ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	ลำดับ 1 (3)		ลำดับ 2 (2)		ลำดับ 3 (1)		รวม		ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
คุณภาพและความไพเราะ	107	321	166	332	39	39	312	692	115.33	2
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3	9	16	32	75	75	94	116	19.33	5
สะดวกหาซื้อง่าย	13	39	31	62	106	106	150	207	34.50	4
เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ	176	528	98	196	37	37	311	761	126.83	1
ถูกกฎหมาย	35	105	23	46	74	74	132	225	37.50	3
อื่นๆ ได้แก่ เป็นอัลบั้มพิเศษจำนวนจำกัด	1	3	1	2	4	4	6	9	1.50	6

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากคะแนนรวมหารด้วยน้ำหนักรวม (3+2+1=6)

จากตารางที่ 21 พบว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 126.83 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 115.33 และลำดับที่ 3 คือ ถูกกฎหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 37.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์

สถานที่เลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดในเขตชุมชน (เปิดให้บริการทุกวัน)	93	27.76
ตลาดนัด (เปิดให้บริการเฉพาะบางวัน)	39	11.64
ร้านสะดวกซื้อ	145	43.28
แผนกจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์ของห้างสรรพสินค้า	235	70.15
ร้านจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์ในห้างสรรพสินค้า	216	64.48
อื่นๆ ได้แก่ แล้วยแต่ความสะดวก	5	1.49

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 335 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จากแผนกจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์ของห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 70.15 รองลงมาคือ เลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จากร้านจำหน่ายซีดีเพลงลิขสิทธิ์ในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 64.48 และจากร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 43.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์

ลักษณะการเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
เลือกซื้อร้านเดียวเป็นประจำ	15	4.48
มีร้านที่เลือกซื้อเป็นประจำ 2 - 3 ร้าน	103	30.75
ไม่มีร้านที่เลือกซื้อเป็นประจำ	217	64.78
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่มีร้านประจำที่เลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 64.78 รองลงมาคือ มีร้านที่เลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์เป็นประจำ 2 – 3 ร้าน ร้อยละ 30.75 และเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ร้านเดียวเป็นประจำ ร้อยละ 4.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์

ช่วงเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเงินเดือนออก	33	9.85
ช่วงที่มีซีดีเพลงที่สนใจเริ่มวางจำหน่าย	223	66.57
ช่วงที่มีเวลาว่าง	142	42.39
อื่นๆ ได้แก่ ช่วงที่อยากฟัง	4	1.19

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 335 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ในช่วงเวลาที่ซีดีเพลงที่สนใจเริ่มวางจำหน่าย ร้อยละ 66.57 รองลงมาคือ ช่วงที่มีเวลาว่าง ร้อยละ 42.39 และช่วงเงินเดือนออก ร้อยละ 9.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์

ผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัว	33	9.85
เพื่อน	29	8.66
พนักงานขาย	8	2.39
ตัดสินใจเอง	285	85.07
อื่นๆ ได้แก่ แฟน	1	0.30

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 335 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 85.07 รองลงมาเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์คือบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 9.85 และเพื่อน ร้อยละ 8.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้งานซีดีเพลงลิขสิทธิ์

ลักษณะการใช้งานซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ฟังเพื่อความบันเทิงส่วนตัว	329	98.21
ใช้เพื่อประโยชน์ในธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ	7	2.09
ใช้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ	53	15.82
อื่นๆ ได้แก่ เก็บสะสม ใช้แกะเพลง	4	1.19

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 335 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะการใช้งานซีดีเพลงลิขสิทธิ์ในการฟังเพื่อความบันเทิงส่วนตัว ร้อยละ 98.21 รองลงมาใช้คือ ใช้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ร้อยละ 15.82 และใช้เพื่อประโยชน์ในธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ ร้อยละ 2.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่เคยซี

ประเภทซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่เคยซี	จำนวน	ร้อยละ
เพลงไทยลูกทุ่ง	106	31.64
เพลงไทยสากล	287	85.67
เพลงสากล	146	43.58
อื่นๆ ได้แก่ เพลงบรรเลง	8	2.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 335 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเคยซีซีดีเพลงลิขสิทธิ์ประเภทเพลงไทยสากล ร้อยละ 85.67 รองลงมาคือ เพลงสากล ร้อยละ 43.58 และเพลงไทยลูกทุ่ง ร้อยละ 31.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ที่ซื้อในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

ประเภทเพลง	จำนวนแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่ซื้อในช่วง 3 เดือน ที่ผ่านมา								รวม	
	ไม่ได้ซื้อ		1 - 3 แผ่น		4 - 6 แผ่น		มากกว่า 6 แผ่น			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพลงไทยลูกทุ่ง	33	32.67	62	61.39	4	3.96	2	1.98	101	100.00
เพลงไทยสากล	92	33.82	162	59.56	16	5.88	2	0.74	272	100.00
เพลงสากล	53	42.74	61	49.19	8	6.45	2	1.61	124	100.00
อื่นๆ ได้แก่ เพลงบรรเลง	3	50.00	2	33.33	0	0.00	1	16.67	6	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 335 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่า ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ประเภทเพลงไทยลูกทุ่งส่วนมากซื้อแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 1 - 3 แผ่น ร้อยละ 61.39 รองลงมาคือ ไม่ได้ซื้อ ร้อยละ 32.67 และซื้อจำนวน 4 - 6 แผ่น ร้อยละ 3.96 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ประเภทเพลงไทยสากลส่วนมากซื้อแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 1 - 3 แผ่น ร้อยละ 59.56 รองลงมาคือ ไม่ได้ซื้อ ร้อยละ 33.82 และซื้อจำนวน 4 - 6 แผ่น ร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ประเภทเพลงสากลซื้อแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์จำนวน 1 - 3 แผ่น มากที่สุด ร้อยละ 49.19 รองลงมาคือ ไม่ได้ซื้อ ร้อยละ 42.74 และซื้อจำนวน 4 - 6 แผ่น ร้อยละ 6.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ประเภทเพลงประเภทอื่นๆ ได้แก่ เพลงบรรเลงส่วนมากไม่ได้ซื้อแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ จำนวน 1 - 3 แผ่น ร้อยละ 33.33 และจำนวนมากกว่า 6 แผ่น ร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มปริมาณการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ หากมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

แนวโน้มปริมาณการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ หากมีรายได้เพิ่มมากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเท่าเดิม	236	70.45
ซื้อเพิ่มขึ้น	30	8.95
ไม่แน่ใจ	69	20.60
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีแนวโน้มที่จะซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ในปริมาณที่เท่าเดิม หากมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 70.45 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 20.60 และซื้อเพิ่มขึ้น ร้อยละ 8.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ปริมาณเท่าเดิมหากมีรายได้เพิ่มขึ้น

เหตุผลในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ปริมาณเท่าเดิม หากมีรายได้เพิ่มขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเฉพาะอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบเหมือนเดิม	171	72.46
พอใจในการฟังเฉพาะเพลงที่ชื่นชอบมากกว่าจะฟังเพลงทั้งอัลบั้ม	101	42.80
ต้องการเพลงจำนวนมากๆ ในซีดีเพลงแผ่นเดียว (เหมือนกับ MP3)	61	25.85
คุณภาพไม่ต่างจากซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	17	7.20

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ปริมาณเท่าเดิมหากมีรายได้เพิ่มขึ้นจำนวน 236 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จะซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ปริมาณเท่าเดิมหากมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนมากมีเหตุผล คือ ต้องการซื้อเฉพาะอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบเหมือนเดิม ร้อยละ 72.46 รองลงมาคือ พพอใจในการฟังเฉพาะเพลงที่ชื่นชอบมากกว่าจะฟังเพลงทั้งอัลบั้ม ร้อยละ 42.80 และต้องการเพลงจำนวนมากๆ ในซีดีเพลงแผ่นเดียว (เหมือนกับ MP3) ร้อยละ 25.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าเหมาะสม (สำหรับผู้ที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ จำนวน 335 ราย)

ราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 40 บาท	34	10.15
41 - 70 บาท	77	22.99
71 – 100 บาท	141	42.09
มากกว่า 100 บาท แต่ไม่เกิน 155 บาท	79	23.58
อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่ความเหมาะสมของซีดีเพลงนั้นๆ	4	1.19
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม คือ ราคาแผ่นละ 71 - 100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 42.09 รองลงมาคือ ราคาแผ่นละมากกว่า 100 บาท แต่ไม่เกิน 155 บาท ร้อยละ 23.58 และราคาแผ่นละ 41 – 70 บาท ร้อยละ 22.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์

ปัญหาที่พบในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	15	4.48
หาซื้อยาก / มีจำหน่ายไม่เพียงพอต่อความต้องการ	5	1.49
ใน 1 อัลบั้ม มีเพลงที่ชอบน้อย	5	1.49
จำนวนเพลงน้อย	4	1.19
ราคาแพงและจำนวนเพลงน้อย	4	1.19
ราคาแพงและใน 1 อัลบั้ม มีเพลงที่ชอบน้อย	3	0.90
วางจำหน่ายช้า	2	0.60
บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	1	0.30
ไม่สามารถเลือกเพลงที่ชอบได้	1	0.30
แผ่นไม่ทน ใช้งานได้ไม่นาน	1	0.30
ไม่ได้แจ้งปัญหา	294	87.76
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่ได้แจ้งปัญหาที่พบในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 87.76

สำหรับผู้แจ้งปัญหาที่พบในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ พบปัญหาซีดีเพลงลิขสิทธิ์มีราคาแพง มากที่สุด ร้อยละ 4.48 รองลงมาคือ ซีดีเพลงลิขสิทธิ์หาซื้อยาก / มีจำหน่ายไม่เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 1.49 ใน 1 อัลบั้ม มีเพลงที่ชอบน้อย ร้อยละ 1.49 มีจำนวนเพลงน้อย ร้อยละ 1.19 ราคาแพงและจำนวนเพลงน้อย ร้อยละ 1.19 ราคาแพงและใน 1 อัลบั้ม มีเพลงที่ชอบน้อย ร้อยละ 0.90 วางจำหน่ายช้า ร้อยละ 0.60 บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ร้อยละ 0.30 และไม่สามารถเลือกเพลงที่ชอบได้ ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ลดราคาลง	18	5.37
ลดราคาลงและเพิ่มจำนวนเพลง	5	1.49
ทำอัลบั้มรวมเพลงฮิตให้มากขึ้น	4	1.19
วางจำหน่ายให้เพียงพอต่อความต้องการ	2	0.60
ทำ MP3 ที่มีลิขสิทธิ์ออกจำหน่าย	2	0.60
เพิ่มจำนวนเพลง	2	0.60
สามารถเลือกเพลงที่ต้องการได้	1	0.30
ควรแถมแผ่นสำรอง	1	0.30
ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์	1	0.30
ไม่ควร Lock File เพลง	1	0.30
ให้ Download อย่างถูกกฎหมาย และง่ายขึ้น	1	0.30
ให้สั่งซื้อ CD Online	1	0.30
ไม่ได้แจ้งข้อเสนอแนะ	296	88.36
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่ได้แจ้งข้อเสนอแนะในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 88.36

สำหรับผู้ที่แจ้งข้อเสนอแนะในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ อยากให้ลดราคาซีดีเพลงลิขสิทธิ์ลง มากที่สุด ร้อยละ 5.37 รองลงมาคือ อยากให้ลดราคาและเพิ่มจำนวนเพลงในแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 1.49 อยากให้ทำอัลบั้มรวมเพลงฮิตให้มากขึ้น ร้อยละ 1.19 อยากให้วางจำหน่ายให้เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 0.60 อยากให้ทำ MP3 ที่มีลิขสิทธิ์ออกจำหน่าย ร้อยละ 0.60 อยากให้เพิ่มจำนวนเพลง ร้อยละ 0.60 อยากให้สามารถเลือกเพลงที่ต้องการได้ ร้อยละ 0.30 อยากให้แถมแผ่นสำรอง ร้อยละ 0.30 อยากให้ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 0.30 อยากให้ไม่ Lock File เพลง ร้อยละ 0.30 อยากให้มีการ Download เพลงอย่างถูกกฎหมาย และง่ายขึ้น ร้อยละ 0.30 และอยากให้สามารถสั่งซื้อ CD Online ได้ ร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์ในการตัดสินใจข้อชี้ติเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชี้เฉพาะชี้ติเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ (ทั้งหมดจำนวน 65 ราย)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและคะแนนของแต่ละอันดับ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเกณฑ์ในการตัดสินใจข้อชี้ติเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

เกณฑ์ในการตัดสินใจ ข้อชี้ติเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์	ลำดับ 1 (3)		ลำดับ 2 (2)		ลำดับ 3 (1)		รวม		ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ ที่
ราคาถูก	35	105	11	22	11	11	57	138	23.00	1
มีเพลงจำนวนมาก	13	39	24	48	9	9	46	96	16.00	2
เลือกเพลงได้ ตามความต้องการ	13	39	15	30	20	20	48	89	14.83	3
คุณภาพใกล้เคียงกับ ชี้ติเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	3	9	8	16	15	15	26	40	6.67	4
ความง่ายในการคัดลอกเพลง ลงในเครื่องเล่นเพลง	1	3	7	14	9	9	17	26	4.33	5
อื่นๆ ได้แก่ อยากรฟังแต่ไม่ อยากเก็บ หาข้อชี้ติเพลง ลิขสิทธิ์ไม่ได้	0	0	0	0	1	1	1	1	0.17	6

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากคะแนนรวมหารด้วยน้ำหนักรวม (3+2+1=6)

จากตารางที่ 34 พบว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจข้อชี้ติเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 23.00 ลำดับที่ 2 คือ มีเพลงจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 16.00 และลำดับที่ 3 คือ เลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 14.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาต่อแผ่นของซีดีเพลง ลิขสิทธิ์ผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าเหมาะสม (สำหรับผู้ที่ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จำนวน 65 ราย)

ราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่คิดว่าเหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 40 บาท	15	23.08
41 – 70 บาท	34	52.31
71 - 100 บาท	16	24.61
มากกว่า 100 แต่ไม่เกิน 155 บาท	0	0.00
รวม	65	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากคิดว่าราคาต่อแผ่นของซีดีเพลง ลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม คือ ราคาแผ่นละ 41 - 70 บาท ร้อยละ 52.31 รองลงมาคือ ราคาแผ่นละ 71 – 100 บาท ร้อยละ 24.61 และราคาแผ่นละไม่เกิน 40 บาท ร้อยละ 23.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงซีดีเพลงลิขสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงซีดีเพลงลิขสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ลดราคาลง	5	7.69
สามารถเลือกเพลงที่ต้องการได้	3	4.62
ทำอัลบั้มรวมเพลงฮิตให้มากขึ้น	2	3.08
ลดราคาลงและเพิ่มจำนวนเพลง	2	3.08
เพิ่มจำนวนเพลง	1	1.54
ปรับปรุงคุณภาพเสียง	1	1.54
ทำ MP3 ที่มีลิขสิทธิ์ออกจำหน่าย	1	1.54
ไม่ได้แจ้งข้อเสนอแนะ	50	76.92
รวม	65	100.00

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่ได้แจ้งข้อเสนอแนะในการซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 76.92

สำหรับผู้ที่ไม่แจ้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงซีดีเพลงลิขสิทธิ์ อยากรู้ลดราคาซีดีเพลงลิขสิทธิ์ลง มากที่สุด ร้อยละ 7.69 รองลงมาคือ อยากรู้สามารถเลือกเพลงที่ต้องการได้ ร้อยละ 4.62 อยากรู้ทำอัลบั้มรวมเพลงฮิตให้มากขึ้น ร้อยละ 3.08 อยากรู้ลดราคาลงและเพิ่มจำนวนเพลง ร้อยละ 3.08 อยากรู้เพิ่มจำนวนเพลงในแผ่นซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ร้อยละ 1.54 อยากรู้ปรับปรุงคุณภาพเสียง ร้อยละ 1.54 อยากรู้ทำ MP3 ที่มีลิขสิทธิ์ออกจำหน่าย ร้อยละ 1.54 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารโรคซิติเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อซิติเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารโรคซิติเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อซิติเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
คุณภาพเสียง	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ความทนทาน	4.16 (มาก)	4.30 (มาก)
จำนวนเพลง	3.17 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.81 (มาก)	3.99 (มาก)
มีเนื้อเพลงให้มาพร้อมแผ่นซิติ	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)
มีบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77 และ 3.91) โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพเสียงในระดับมาก ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อคุณภาพเสียงในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
ราคาของสินค้า	3.01 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีการคิดป้ายแสดงราคาสินค้า	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)
การให้ลูกค้าต่อรองราคา	2.82 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.33 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
รวม	3.17 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.38) โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อการคิดป้ายราคาสินค้าในระดับมาก ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการคิดป้ายราคาสินค้า และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)
สถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.46 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
สถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)
มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	3.46 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านจำหน่าย	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)
มีบริเวณไว้บริการจอดรถ	3.29 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความสวยงาม สะอาด ของร้านจำหน่าย	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)
ความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)
รวม	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.65) โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยต่อการหาสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า การมีสถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านจำหน่าย ความสวยงาม สะอาด ของร้านจำหน่าย ในระดับมาก ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยต่อการหาสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า การมีสถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านจำหน่าย ความสวยงาม สะอาด ของร้านจำหน่าย การมีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ การมีสถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ในระดับมาก

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)
ความรู้ของพนักงานขาย	3.42 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ความสุภาพของพนักงานขาย	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)
การจัดรายการขายสินค้าราคาพิเศษ	3.48 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
การแจกของแถม	3.04 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ให้สมัครสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.21 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ให้สะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	3.11 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
การให้บริการทดลองฟังเพลง	3.45 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
การให้บริการทดลองแผ่นว่าไม่มีปัญหา	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
การจัดอันดับอัลบั้มขายดี	3.57 (มาก)	3.82 (มาก)
การจัดกิจกรรมพบศิลปิน	2.77 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ การจัดอันดับอัลบั้มขายดี ความสุภาพของพนักงานขาย ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ การจัดอันดับอัลบั้มขายดี ความสุภาพของพนักงานขาย การให้บริการทดลองฟังเพลง การให้บริการทดลองแผ่นว่าไม่มีปัญหา การจัดรายการขายสินค้าราคาพิเศษ ความรู้ของพนักงานขาย ในระดับมาก

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง จำแนกตามเพศ

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซีดีเพลง	188	98.43	203	97.13
เทปเพลง	11	5.76	12	5.74
วิทยุ	110	57.59	134	64.11
โทรทัศน์	94	49.21	103	49.28
คอมพิวเตอร์	107	56.02	117	55.98
โทรศัพท์มือถือ	83	43.46	84	40.19
เครื่องเล่น MP3	99	51.83	95	45.45
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องเล่น MP4	0	0.00	2	0.96

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากเพศชายจำนวน 191 ราย และเพศหญิงจำนวน 209 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงฟังเพลงผ่านสื่อประเภทซีดีเพลง มากที่สุด ร้อยละ 98.43 และ 97.13 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 57.59 และ 64.11 และคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 56.02 และ 55.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	44	23.04	60	28.71
1 – 2 ชั่วโมง	71	37.17	75	35.89
มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง	53	27.75	48	22.97
มากกว่า 4 ชั่วโมง	23	12.04	26	12.44
รวม	191	100.00	209	100.00

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังเพลงต่อวัน 1 – 2 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 37.17 และ 35.89

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทซิดีเพลงที่ซื้อ จำแนกตามเพศ

ประเภทซิดีเพลงที่ซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฉพาะซิดีเพลงลิขสิทธิ์	35	18.33	41	19.62
เฉพาะซิดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	40	20.94	25	11.96
ทั้งซิดีเพลงลิขสิทธิ์และซิดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	116	60.73	143	68.42
รวม	191	100.00	209	100.00

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงซื้อซิดีเพลงทั้งซิดีเพลงลิขสิทธิ์และซิดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มากที่สุด ร้อยละ 60.73 และ 68.42

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ จำแนกตามเพศ (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ทั้งหมดจำนวน 335 ราย)

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
คุณภาพและความไพเราะ	49.67	2	65.67	2
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	9.67	5	9.67	5
สะดวก หาซื้อง่าย	18.50	3	16.00	4
เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ	55.33	1	71.50	1
ถูกกฎหมาย	17.33	4	20.17	3
อื่นๆ ได้แก่ เป็นอัลบั้มพิเศษจำนวนจำกัด	0.50	6	1.00	6

หมายเหตุ: ตอบ โดยเรียงลำดับ 1 – 3 จากเพศชายจำนวน 151 ราย และเพศหญิงจำนวน 184 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 55.33 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 49.67 และลำดับที่ 3 คือ สะดวก หาซื้อง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 18.50

เพศหญิงใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 71.50 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 65.67 และลำดับที่ 3 คือ ถูกกฎหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 20.17

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จำแนกตามเพศ (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งหมดจำนวน 65 ราย)

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ราคาถูก	15.00	1	8.00	1
มีเพลงจำนวนมาก	9.50	2	6.50	3
เลือกเพลงได้ตามความต้องการ	7.83	3	7.00	2
คุณภาพใกล้เคียงกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	4.67	4	2.00	4
ความง่ายในการคัดลอกเพลงลงในเครื่องเล่นเพลง	2.83	5	1.50	5
อื่นๆ ได้แก่ อยากรฟังแต่ไม่อยากจะหาซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ไม่ได้	0.17	6	0.00	6

หมายเหตุ: ตอบโดยเรียงลำดับ 1 – 3 จากเพศชายจำนวน 40 ราย และเพศหญิงจำนวน 25 ราย

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 15.00 ลำดับที่ 2 คือ มีเพลงจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 9.50 และลำดับที่ 3 คือ เลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 7.83

เพศหญิง ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 8.00 ลำดับที่ 2 คือ เลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 7.00 และลำดับที่ 3 คือ มีเพลงจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 6.50

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่คิดว่าเหมาะสม จำแนกตามเพศ

ราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ที่คิดว่าเหมาะสม	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 40 บาท	25	13.09	24	11.48
41 - 70 บาท	62	32.46	49	23.44
71 - 100 บาท	70	36.65	87	41.63
มากกว่า 100 แต่ไม่เกิน 155 บาท	31	16.23	48	22.97
อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่ความเหมาะสมของซีดีเพลงนั้นๆ	3	1.57	1	0.48
รวม	191	100.00	209	100.00

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงคิดว่าราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม คือ ราคาแผ่นละ 71 – 100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 36.65 และ 41.63

5.2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคดีดีเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อ ชิตีเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
ระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี
คุณภาพเสียง	4.49 (มาก)	4.46 (มาก)
ความทนทาน	4.17 (มาก)	4.27 (มาก)
จำนวนเพลง	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเนื้อเพลงให้มาพร้อมแผ่นซีดี	3.59 (มาก)	3.80 (มาก)
มีบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.23 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี
ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77 และ 3.90) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพเสียง เป็นอันดับแรก
มีค่าเฉลี่ย 4.49 และ 4.46

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
ราคาของสินค้า	3.14 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
มีการติดป้ายแสดงราคาสินค้า	3.70 (มาก)	3.53 (มาก)
การให้ลูกค้าต่อรองราคา	2.94 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.46 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
รวม	3.31 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31 และ 3.26) โดยมีความพึงพอใจต่อการติดป้ายแสดงราคาสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.70 และ 3.53

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)
สถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
สถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)
มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านจำหน่าย	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)
มีบริเวณให้บริการจอดรถ	3.25 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ความสวยงาม สะอาด ของร้านจำหน่าย	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)
ความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)
รวม	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.58) โดยมีความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้าเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.71

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)
ความรู้ของพนักงานขาย	3.54 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ความสุภาพของพนักงานขาย	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)
การจัดรายการขายสินค้าราคาพิเศษ	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
การแจกของแถม	3.01 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ให้สมัครสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.15 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ให้สะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	2.99 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
การให้บริการทดลองฟังเพลง	3.45 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
การให้บริการทดลองแผ่นว่าไม่มีปัญหา	3.37 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
การจัดอันดับอัลบั้มขายดี	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
การจัดกิจกรรมพบศิลปิน	2.74 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
รวม	3.37 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.89

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซีดีเพลง	151	97.42	240	97.96
เทปเพลง	9	5.81	14	5.71
วิทยุ	96	61.94	148	60.41
โทรทัศน์	80	51.61	117	47.76
คอมพิวเตอร์	86	55.48	138	56.33
โทรศัพท์มือถือ	77	49.68	90	36.73
เครื่องเล่น MP3	77	49.68	117	47.76
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องเล่น MP4	1	0.65	1	0.41

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 155 ราย และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 245 ราย

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ฟังเพลงผ่านสื่อประเภทซีดีเพลง มากที่สุด ร้อยละ 97.42 และ 97.96

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	29	18.71	75	30.61
1 – 2 ชั่วโมง	55	35.48	91	37.14
มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง	45	29.03	56	22.86
มากกว่า 4 ชั่วโมง	26	16.77	23	9.39
รวม	155	100.00	245	100.00

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังเพลงต่อวัน 1 – 2 ชั่วโมงมากที่สุด ร้อยละ 35.48 และ 37.14

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทซีดีเพลงที่ซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทซีดีเพลงที่ซื้อ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฉพาะซีดีเพลงลิขสิทธิ์	31	20.00	45	18.37
เฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	21	13.55	44	17.96
ทั้งซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	103	66.45	156	63.67
รวม	155	100.00	245	100.00

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อซีดีเพลง ทั้งซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุด ร้อยละ 66.45 และ 63.67

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ จำแนกตามระดับการศึกษา (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ทั้งหมด จำนวน 335 ราย)

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ ซีดีเพลงลิขสิทธิ์	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
คุณภาพและความไพเราะ	46.17	2	69.17	2
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	6.50	5	12.83	5
สะดวก หาซื้อง่าย	15.00	4	19.50	4
เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ	48.67	1	78.17	1
ถูกกฎหมาย	17.50	3	20.00	3
อื่นๆ ได้แก่ เป็นอัลบั้มพิเศษจำนวนจำกัด	0.17	6	1.33	6

หมายเหตุ: ตอบโดยเรียงลำดับ 1 – 3 จากระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 134 ราย ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 201 ราย

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 48.67 และ 78.17 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 46.17 และ 69.17 ลำดับที่ 3 คือ ถูกกฎหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 17.50 และ 20.00

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จำแนกตามระดับการศึกษา (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งหมดจำนวน 65 ราย)

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ราคาถูก	6.83	1	16.17	1
มีเพลงจำนวนมาก	5.83	2	10.17	2 - 3
เลือกเพลงได้ตามความต้องการ	4.67	3	10.17	2 - 3
คุณภาพใกล้เคียงกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	2.33	4	4.33	4
ความง่ายในการคัดลอกเพลงลงในเครื่องเล่นเพลง	1.33	5	3.00	5
อื่นๆ ได้แก่ อยากรฟังแต่ไม่อยากเก็บหาซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ไม่ได้	0.00	6	0.17	6

หมายเหตุ: ตอบโดยเรียงลำดับ 1 – 3 จากระดับการศึกษาด้านล่างปริญญาตรีจำนวน 21 ราย ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 44 ราย

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 6.83 ลำดับที่ 2 คือ มีเพลงจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 5.83 และลำดับที่ 3 คือ เลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 16.17 ลำดับที่ 2 - 3 คือ มีเพลงจำนวนมาก และเลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากัน เท่ากับ 10.17

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่คิดว่าเหมาะสม จำแนกตามระดับการศึกษา

ราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ที่คิดว่าเหมาะสม	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 40 บาท	16	10.32	33	13.47
41 - 70 บาท	48	30.97	63	25.71
71 - 100 บาท	57	36.77	100	40.82
มากกว่า 100 แต่ไม่เกิน 155 บาท	33	21.29	46	18.78
อื่นๆ ได้แก่ แล้วยแต่ความเหมาะสมของซีดีเพลงนั้นๆ	1	0.65	3	1.22
รวม	155	100.00	245	100.00

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี คิดว่าราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม คือ ราคาแผ่นละ 71 – 100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 36.77 และ 40.82

5.3 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคซีดีเพลงในอำเภอเมืองลำปาง ที่มีต่อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ในด้านความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
คุณภาพเสียง	4.40 (มาก)	4.49 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)
ความทนทาน	4.16 (มาก)	4.26 (มาก)	4.30 (มาก)
จำนวนเพลง	3.36 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)
มีเนื้อเพลงให้มาพร้อมแผ่นซีดี	3.76 (มาก)	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)
มีบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)
รวม	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับ 5,000 – 20,000 บาท และระดับมากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเฉลี่ย 3.85 และค่าเฉลี่ย 3.91) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพเสียง เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าเฉลี่ย 4.49 และค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
ราคาของสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
มีการติดป้ายแสดงราคาสินค้า	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
การให้ลูกค้าต่อรองราคา	3.02 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
รวม	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับ 5,000 – 20,000 บาท และระดับมากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38 ค่าเฉลี่ย 3.29 และค่าเฉลี่ย 3.12) โดยมีความพึงพอใจต่อการติดป้ายแสดงราคาสินค้าเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเฉลี่ย 3.60 และค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
สถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ใกล้บ้านหรือ ที่ทำงาน	3.45 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)
สถานที่ตั้งร้านจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)
มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	3.66 (มาก)	3.62 (มาก)	3.51 (มาก)
ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านจำหน่าย	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
มีบริเวณไว้บริการจอดรถ	3.29 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ความสวยงาม สะอาด ของร้านจำหน่าย	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.59 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับ 5,000 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับมากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบง่ายต่อการหาสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ	4.11 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)
ความรู้ของพนักงานขาย	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
ความสุภาพของพนักงานขาย	3.45 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)
การจัดรายการขายสินค้าราคาพิเศษ	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)
การแจกของแถม	3.29 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ให้สมัครสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.41 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ให้สะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	3.28 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การให้บริการทดลองฟังเพลง	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)
การให้บริการทดลองแผ่นว่าไม่มีปัญหา	3.39 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)
การจัดอันดับอัลบั้มขายดี	3.87 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)
การจัดกิจกรรมพบศิลปิน	3.17 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
รวม	3.51 (พอใจมาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับ 5,000 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับมากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.84

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการฟังเพลง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซีดีเพลง	140 (97.90)	158 (96.34)	93 (100.00)
เทปเพลง	6 (4.20)	11 (6.71)	6 (6.45)
วิทยุ	95 (66.43)	93 (56.71)	56 (60.22)
โทรทัศน์	86 (60.14)	65 (39.63)	46 (49.46)
คอมพิวเตอร์	95 (66.43)	86 (52.44)	43 (46.24)
โทรศัพท์มือถือ	76 (53.15)	63 (38.41)	28 (30.11)
เครื่องเล่น MP3	82 (57.34)	80 (48.78)	32 (34.41)
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องเล่น MP4	1 (0.70)	1 (0.61)	0 (0.00)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 143 ราย ระดับ 5,000 – 20,000 บาท จำนวน 164 ราย และระดับมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 93 ราย

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับ 5,000 – 20,000 บาท และระดับมากกว่า 20,000 บาท ฟังเพลงผ่านสื่อประเภทซีดีเพลง มากที่สุด ร้อยละ 97.90 ร้อยละ 96.34 และร้อยละ 100.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการฟังเพลงต่อวัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	28 (19.58)	37 (22.56)	39 (41.94)
1 – 2 ชั่วโมง	53 (37.06)	62 (37.80)	31 (33.33)
มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง	42 (29.37)	41 (25.00)	18 (19.35)
มากกว่า 4 ชั่วโมง	20 (13.99)	24 (14.63)	5 (5.38)
รวม	143 (100.00)	164 (100.00)	93 (100.00)

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท และระดับ 5,000 – 20,000 บาท ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังเพลงต่อวัน 1 – 2 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 37.06 และ 37.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับมากกว่า 20,000 บาท ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังเพลงต่อวันน้อยกว่า 1 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 41.94

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทซีดีเพลงที่ซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทซีดีเพลงที่ซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เฉพาะซีดีเพลงลิขสิทธิ์	31 (21.68)	28 (17.07)	17 (18.28)
เฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	13 (9.09)	35 (21.34)	17 (18.28)
ทั้งซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	99 (69.23)	101 (61.59)	59 (63.44)
รวม	143 (100.00)	164 (100.00)	93 (100.00)

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับ 5,000 – 20,000 บาท และระดับมากกว่า 20,000 บาท ซื้อซีดีเพลง ทั้งซีดีเพลงลิขสิทธิ์และซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มากที่สุด (ร้อยละ 69.23 ร้อยละ 61.59 และร้อยละ 63.44 ตามลำดับ)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ทั้งหมด จำนวน 335 ราย)

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ ซีดีเพลงลิขสิทธิ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย (ลำดับ)	ค่าเฉลี่ย (ลำดับ)	ค่าเฉลี่ย (ลำดับ)
คุณภาพและความไพเราะ	42.50 (2)	43.67 (2)	29.17 (2)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	6.00 (5)	9.50 (5)	3.83 (5)
สะดวก หาซื้อง่าย	13.83 (4)	13.33 (3)	7.33 (3)
เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ	47.00 (1)	49.33 (1)	30.50 (1)
ถูกกฎหมาย	20.50 (3)	11.83 (4)	5.17 (4)
อื่นๆ ได้แก่ เป็นอัลบั้มพิเศษจำนวนจำกัด	0.17 (6)	1.33 (6)	0.00 (6)

หมายเหตุ: ตอบโดยเรียงลำดับ 1 – 3 จากระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 130 ราย ระดับ 5,000 – 20,000 บาท จำนวน 129 ราย และระดับมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 76 ราย

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 47.00 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 42.50 และลำดับที่ 3 คือ ถูกกฎหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 20.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับ 5,000 – 20,000 บาท ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 49.33 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 43.67 และลำดับที่ 3 คือ สะดวก หาซื้อง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับมากกว่า 20,000 บาท ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ เป็นอัลบั้มของศิลปินที่ชื่นชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 30.50 ลำดับที่ 2 คือ คุณภาพและความไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 29.17 และลำดับที่ 3 คือ สะดวก หาซื้อง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 7.33

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเฉพาะซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งหมดจำนวน 65 ราย)

เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย (ลำดับ)	ค่าเฉลี่ย (ลำดับ)	ค่าเฉลี่ย (ลำดับ)
ราคาถูก	4.67 (1)	12.00 (1)	6.33 (1)
มีเพลงจำนวนมาก	3.17 (2 - 3)	8.33 (3)	4.50 (2)
เลือกเพลงได้ตามความต้องการ	3.17 (2 - 3)	8.67 (2)	3.00 (3)
คุณภาพใกล้เคียงกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	1.50 (4)	2.33 (5)	2.83 (4)
ความง่ายในการคัดลอกเพลงลงในเครื่องเล่นเพลง	0.50 (5)	3.50 (4)	0.33 (5)
อื่นๆ ได้แก่ อยากรฟังแต่ไม่อยากจะหาซื้อซีดีเพลงลิขสิทธิ์ไม่ได้	0.00 (6)	0.17 (6)	0.00 (6)

หมายเหตุ: ตอบโดยเรียงลำดับ 1 – 3 จากระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 13 ราย ระดับ 5,000 – 20,000 บาท จำนวน 35 ราย และระดับมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 17 ราย

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.67 ลำดับที่ 2 - 3 คือ มีเพลงจำนวนมาก และเลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากัน เท่ากับ 3.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับ 5,000 – 20,000 บาท ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 12.00 ลำดับที่ 2 คือ เลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 8.67 ลำดับที่ 3 คือ มีเพลงจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 8.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับมากกว่า 20,000 บาท ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ราคาถูก มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 6.33 ลำดับที่ 2 คือ มีเพลงจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 4.50 ลำดับที่ 3 คือ เลือกเพลงได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่คิดว่าเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ ที่คิดว่าเหมาะสม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 40 บาท	17 (11.89)	24 (14.63)	8 (8.60)
41-70 บาท	33 (23.08)	51 (31.10)	27 (29.03)
71-100 บาท	56 (39.16)	55 (33.54)	46 (49.46)
มากกว่า 100 แต่ไม่เกิน 155 บาท	36 (25.17)	32 (19.51)	11 (11.83)
อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่ความเหมาะสมของ ซีดีเพลงนั้นๆ	1 (0.70)	2 (1.22)	1 (1.08)
รวม	143 (100.00)	164 (100.00)	93 (100.00)

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับ 5,000 – 20,000 บาท และระดับมากกว่า 20,000 บาท คิดว่าราคาต่อแผ่นของซีดีเพลงลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม คือ ราคาแผ่นละ 71 – 100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 39.16 ร้อยละ 33.54 และร้อยละ 49.46 ตามลำดับ