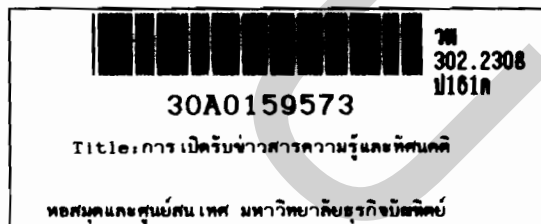


การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมอดลิขสิทธิ์



ปนัดดา ดัชชานนท์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

พ.ศ.2546

ISBN 974-281-834-7

**MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF PEOPLE IN
BANGKOK TOWARDS THE MUSIC COMPACT DISC
COPYRIGHT INFRINGEMENT**

PANUTDA DUTCHANONTHA

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School, Dhurakijpundit University**

2003

ISBN 974-281-834-7

เลขทะเบียน.....	0159573
วันลงทะเบียน.....	26 ส.ค. 2003
เลขเรียกหนังสือ.....	วพ
	302.9309
	ป161ก
	[159573]



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

เสนอโดย น.ส.ปนัดดา ดัชชานนท์

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.สุวัฒน์ วงษ์กะพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผศ.สุวัฒน์ วงษ์กะพันธ์)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.อรุณ เลิศจรรยาภักษ์)

.....กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย

(รศ.อรรถ -ศรีสันติสุข)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รศ.ดร.สมพงษ์ อรพินท์)

วันที่ 3 / เดือน ม. พ.ศ. ๒๕๕๖

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณ ต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วังษะพันธ์ เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ และดูแลแก้ไขตลอดมา รวมทั้งอาจารย์ท่านอื่นของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย รุรภิวัตน์ ซึ่งให้ความกรุณาเสียสละเวลาให้กับข้าพเจ้าได้แก่ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธาน กรรมการ รองศาสตราจารย์ อรุณ เลิศจรรยาวัชร์ กรรมการวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข ผู้แทนจากทบวงมหาวิทยาลัยในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจทานปรับปรุงแก้ไขในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ด้วยความซาบซึ้งในพระคุณของท่านที่สนับสนุนให้ ได้ศึกษาเล่าเรียนจนจบจนกระทั่งปัจจุบัน รวมทั้งพี่สาว ที่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งถึงความกรุณาและความช่วยเหลือต่างๆ จากเพื่อนๆ ที่มี ส่วนในการให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างมาก และขออุทิศแด่ น.ส.บงกชรัตน์ เรืองวิไล เพื่อนรักที่ล่วงลับและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

ปนัดดา ดัชชานนท์

กันยายน 2545

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ผ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ปัญหำนำการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์.....	๕
2. ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีการสื่อสาร.....	7
แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์.....	14
⊗ แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร.....	17
แนวความคิดทฤษฎีความรู้และทัศนคติ.....	25
แนวความคิดด้านกฎหมายลิขสิทธิ์และการควบคุม.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	38
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
แผนการสุ่มตัวอย่าง.....	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	40
ตัวแปรในการวิจัย.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร.....	42
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	43
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	44
การประมวลผลข้อมูล.....	45
4. ผลการวิจัย.....	46
ผลการแจกแจงลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	46
ผลการแจกแจงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง	50
ผลการแจกแจงความรู้เกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	57
ผลการแจกแจงทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	59
ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	60
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	144
สรุปผลการวิจัย.....	144
การทดสอบสมมติฐาน.....	149
อภิปรายผลการวิจัย.....	156
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	160
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป.....	160
บรรณานุกรม.....	162
ภาคผนวก.....	167
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	168
ภาคผนวก ข SID CODE.....	172
ประวัติผู้เขียน.....	186

สารบัญญัตราสาร

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	47
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	47
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	48
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	49
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน.....	50
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล.....	51
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจ.....	52
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของประเภทของรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อโทรทัศน์.....	54
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของประเภทของรายการวิทยุเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อวิทยุ.....	55
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อหนังสือพิมพ์.....	56
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนที่ตอบถูกและตอบผิดในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	57
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	58
14. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามเพศ.....	60
16. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ.....	61
17. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ.....	62
18. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามเพศ.....	63
19. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามเพศ.....	63
20. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัkJจำแนกตามเพศ.....	64
21. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามเพศ.....	65
22. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆจำแนกตามเพศ.....	66
23. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามเพศ.....	66
24. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ.....	67
25. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามเพศ.....	68
26. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามเพศ.....	69

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
27. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ.....	69
28. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามอายุ.....	70
29. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามอายุ.....	71
30. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามอายุ.....	72
31. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามอายุ.....	72
32. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามอายุ.....	73
33. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักรักจำแนกตามอายุ.....	74
34. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามอายุ.....	75
35. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ จำแนกตามอายุ.....	75
36. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามอายุ.....	76
37. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอายุ.....	77
38. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามอายุ.....	78

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามเพศ.....	78
40. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามอายุ.....	79
41. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามอายุ.....	80
42. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามอายุ.....	81
43. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
44. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามระดับการศึกษา.....	82
45. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
46. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามระดับการศึกษา	84
47. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามระดับการศึกษา.....	84
48. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักรจำแนกตามระดับการศึกษา...	85
49. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามระดับการศึกษา	86
50. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
51. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	87
52. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามระดับการศึกษา.....	88
53. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามระดับการศึกษา	89
54. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	90
55. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามระดับการศึกษา.....	90
56. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามระดับการศึกษา....	91
57. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามอาชีพ.....	92
58. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามอาชีพ.....	93
59. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามอาชีพ.....	93
60. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามเพศ.....	94
61. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามอาชีพ.....	95
62. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักจำแนกตามอาชีพ.....	96

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
63. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามอาชีพ.....	96
64. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆจำแนกตามอาชีพ.....	97
65. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามอาชีพ.....	98
66. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอาชีพ.....	99
67. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามอาชีพ.....	99
68. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามอาชีพ.....	100
69. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามอาชีพ.....	101
70. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามอาชีพ.....	102
71. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามรายได้.....	102
72. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามรายได้.....	103
73. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามรายได้.....	104
74. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามรายได้.....	105

สารบัญญัตราสาร (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
75. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามรายได้.....	105
76. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักจำแนกตามรายได้.....	106
77. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามรายได้.....	107
78. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ จำแนกตามรายได้.....	108
79. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามรายได้.....	108
80. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามรายได้.....	109
81. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามรายได้.....	110
82. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามรายได้.....	111
83. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามรายได้.....	111
84. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามรายได้.....	112
85. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	113
86. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุกับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์.....	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
87. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	114
88. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดากับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	115
89. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	116
90. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่อรักกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	117
91. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	117
92. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	118
93. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	119
94. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์..	120
95. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
96. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	122
97. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อมวลชนทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	124
98. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	126
99. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	128
100. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	130
101. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่อรักมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	132
102. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	134
103. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
104. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	138
105. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	140
106. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์.....	142

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารของทาสเวสต์.....	10
2. แบบจำลองกระบวนการสื่อสารสองทางของเดอร์เฟลอร์.....	12

D
P
U

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
ชื่อนักศึกษา	นางสาวปนัดดา ดัชชานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2545

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ตลอดจนศึกษาความรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ไค-สแควร์ (Chi-Square) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Anova Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 66.5 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.8 และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.3

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนมากที่สุด โดยมีความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในระดับสูง ขณะที่ทัศนคติต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในระดับที่เห็นด้วยค่อนข้างมากและมีทัศนคติในเชิงบวก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งที่แตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน โดยมีสื่อมวลชน เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ได้มากกว่าสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ต่างไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ยกเว้นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจทางอินเทอร์เน็ตเพียงสื่อเดียว ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

นอกจากนั้นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ต่างไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์เพียงสื่อเดียวที่พบว่าไม่มีความความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยเช่นกัน มีเพียงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุและหนังสือพิมพ์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

Thesis Title Media Exposure, Knowledge and Attitude of People in Bangkok
 towards the Music Compact Disc Copyright Infringement

Name Miss Panutda Dutchanontha

Thesis advisor Asst.Professor Suwattana Vonggapan

Department Business Communication Arts

Academic Year 2002

ABSTRACT

The survey research on "Media Exposure, Knowledge and Attitude of People in Bangkok towards the Music Compact Disc Copyright Infringement" has been conducted with three main objectives which are: to study the information acquisition, to study the influence of media approach, and to examine the apprehension and attitude, of Bangkok metropolitan area residents towards musical compact disc (CD) copyright infringement. The methodologies of study consist of gathering data by using questionnaires from 400 randomly-selected people, processing data analyses by SPSS (Statistic Program) application, and interpreting the results of the statistical analyses, which are Percentage, Means, Chi-Squared Distributions and One - Way Anova Analysis.

The results of study indicated that the majority of the sample group were female are 60.5 percentage, aged 21 - 25 years are 33.3 percentage. Most of them were undergraduated student are 66.5 percentage, students and pupils are 51.8 percentage and monthly income below 5,000 Baht are 37.3 percentage.

The research of finding information about the music CD copyright infringement show that the most people are interviewed about it, they called the mass receivers, they are behavior of making it known by the mass communications much higher than other ways. They have a good attitude of not supporting in the music CD copyright infringement in high level and they are optimistic in it.

Formally, in each case, the researcher put the conjecture in the form of statistical hypotheses and the results of testing showed that;

- Firstly, various people had either different or similar media exposure behavior about music CD copyright infringement. The influential medium which approached them most was the Mass Medium.

- Next, the test result of correlation between media exposure behavior and knowledge towards music CD copyright infringement implied that the knowledge of people did not related to the Mass, Person and Occasion media exposure , except the Internet medium.

- Finally, the test result of correlation between media exposure behavior and the attitude towards music CD copyright infringement implied that not only Person but also Occasion medium had not relationship to the attitude. Besides, the television broadcasting – one sort of Mass Medium, did not related to the attitude. However, two other sorts of Mass Media, which were the radio broadcasting and the newspaper reporting, had correlation to the attitude.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นอุปสรรคบั่นทอนต่ออุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย ทำให้ไม่สามารถเติบโตได้เท่าที่ควร ยิ่งไปกว่านั้นมูลค่าตลาดเทปเพลงที่จำหน่ายได้ไม่สามารถสะท้อนความต้องการที่แท้จริงได้ เป็นที่น่าสังเกตว่าการละเมิดลิขสิทธิ์เทปและซีดีเพลงนับวันจะเพิ่มจำนวนมากขึ้น สังเกตได้จากสถิติการจับกุมดำเนินคดีละเมิดลิขสิทธิ์เทปและซีดีเพลงซึ่งมีเพียง 41,865 ชิ้นในปี 2539 เพิ่มขึ้นมาเป็น 181,293 ชิ้นในปี 2540 แต่ในช่วงปี 2541 - 2542 สถิติการละเมิดลิขสิทธิ์กลับลดลงเหลือเพียง 180,414 ชิ้น และ 165,982 ชิ้นตามลำดับ ทั้งนี้เพราะภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา นอกจากจะส่งผลกระทบต่อตลาดเทปและซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายแล้วยังกระทบต่อตลาดเทปและซีดีเพลงที่ผิดกฎหมายให้ชะลอตัวตามไปด้วย ทำให้สถิติการจับกุมการละเมิดลิขสิทธิ์ลดลง แต่ในช่วง 9 เดือนแรกในปี 2543 นี้กลับเพิ่มขึ้นเป็น 314,771 ชิ้น เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมาสถิติการจับกุมการละเมิดลิขสิทธิ์เทปเพลงมีแนวโน้มลดลง แต่สถิติการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงกลับเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 99.3 ของสถิติการละเมิดลิขสิทธิ์เทปและซีดีเพลงโดยรวมในช่วง 9 เดือนแรกปี 2543 ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพแผ่นซีดีซึ่งมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่าลับเทปเพลง เมื่อประกอบกับราคาเทปและซีดีเพลงที่ผิดกฎหมายไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้ลูกค้ามีความต้องการซีดีเพลงมากกว่า ผู้ผลิตจึงหันมาเน้นการผลิตซีดีเพลงที่ผิดกฎหมายกันอย่างกว้างขวาง (ศุภยวิจักขสิกรไทย, 2544: 41)

การละเมิดลิขสิทธิ์ในปัจจุบันจะมี 3 ลักษณะคือ การลักลอบคัดลอกแผ่นซีดีทั้งชุด การคัดลอกในลักษณะรวมเพลงฮิตของทุกค่ายตามความต้องการของลูกค้าให้อยู่ในแผ่นซีดีแผ่นเดียวกัน และการคัดลอกทำนองและเนื้อร้องเพลงที่ได้รับความนิยมมาให้นักร้องในสังกัดนำมาร้องอัดเสียงใหม่ หรือเพื่อจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไปหรือสถานบันเทิงให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการร้องเพลงคาราโอเกะ การคัดลอกในลักษณะนี้จะมีเป็นจำนวนน้อย ขณะที่การลักลอบคัดลอก 2 ลักษณะแรกจะส่งผลกระทบต่อตลาดธุรกิจเพลงเป็นอย่างมาก เพราะต้นทุนการคัดลอกถูก สามารถคัดลอกได้ครั้งละมาก ๆ ขณะที่ความต้องการยังคงมีอยู่สูง จึงสร้างรายได้ให้กับผู้ลักลอบคัดลอกได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ นอกจากนี้ยังมีการละเมิดลิขสิทธิ์ในลักษณะการดาวน์โหลดเพลงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า เอ็มพี3 (MP3) แต่จำนวนการละเมิดลิขสิทธิ์ไม่

มากนัก เพราะกลุ่มผู้ซื้อเทปเพลงที่ใช้คอมพิวเตอร์และดาวนโหลดเพลงเพื่อประหยัดรายจ่ายของตนเองได้นั้นยังมีจำนวนน้อย แต่กลุ่มผู้ซื้อที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้งานและไม่สามารถดาวนโหลดเอ็มพี3 ได้ ยังมีจำนวนมากกว่าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อระดับปานกลางถึงระดับล่าง เมื่อประกอบกับตลาดเทปซึ่งจำหน่ายในท้องตลาดทั้งที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมายมีราคาไม่แพงนัก ทำให้ความต้องการซื้อตลาดเทปจะยังคงมีอยู่ต่อไป ส่วนแผ่นซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายนั้นมีราคาแพงกว่า ทำให้ประชาชนที่เลือกซื้อแผ่นซีดีถูกกฎหมายจะพิจารณาเลือกซื้อเพื่อเก็บสะสมก็ต่อเมื่อมีเนื้อเพลงที่ตนเองชื่นชอบเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ก็นิยมเลือกซื้อแผ่นซีดีที่ผิดกฎหมายหรือตลาดเทปที่ถูกกฎหมายซึ่งมีราคาถูกกว่าแทน

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวจะทำให้รายได้ส่วนหนึ่งของผู้ประกอบการหดหายไป ยิ่งไปกว่านั้นทำให้มูลค่าตลาดของเทปเพลงไม่เป็นไปตามความต้องการที่แท้จริง ดังนั้นหน่วยงานของภาครัฐ ธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไปควรร่วมมือกันแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เทปเพลงและซีดีให้หมดไป โดยภาครัฐได้มีการยกร่างพระราชบัญญัติขึ้น 2 ฉบับเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้แก่ ร่างพระราชบัญญัติควบคุมการผลิตซีดี ซึ่งมีเนื้อหาสาระครอบคลุมโรงงานที่ผลิตซีดีต้องได้รับอนุญาตจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ก่อน แผ่นซีดีที่ผลิตได้และนำออกสู่ตลาดต้องมี SID CODE (Source Identification Code) ติดอยู่บนแผ่นซีดีทุกแผ่น เพื่อที่จะได้รับทราบที่มาของแหล่งผลิตแผ่นซีดีตลอดจนการนำเข้าไฟล์คาร์บอนเนตซึ่งเป็นพลาสติกที่ใช้ในการผลิตซีดี

นอกจากนี้ยังระบุให้เจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถตรวจค้นโรงงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น และร่างพระราชบัญญัติบริหารจัดการเก็บค่าลิขสิทธิ์และสิทธินักแสดงเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนตัวค่ายเพลงซึ่งได้มีการร่วมมือกันจัดตั้งเป็นสมาคม 3 สมาคมคือ

1. สมาคมผู้ผลิตแผ่นเสียง แอบบันทีกเสียง และแอบบันทีกภาพระหว่างประเทศซึ่งดูแลลิขสิทธิ์ต่างประเทศ

2. สมาคมเทปและแผ่นเสียงไทยซึ่งดูแลลิขสิทธิ์ภายในประเทศ

3. สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งบันทึกเสียงไทย (Thai Recording International Association : TRIA) ซึ่งจะเน้นปกป้องและดูแลการละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งเพลงไทยและเพลงต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์ในอันที่จะยกระดับมาตรฐานของการทำงานของไทยสู่สากลผลักดันเพลงไทยออกทำตลาดต่างประเทศ รวมถึงเผยแพร่เรื่องลิขสิทธิ์และสิทธิทางปัญญา เป็นต้น

นอกจากนี้รัฐบาลกับสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งบันทึกเสียงไทย สมาคมเทปและแผ่นเสียงไทย บริษัทลิขสิทธิ์ดนตรีและตัวแทนเจ้าของสิทธิ์ ได้ร่วมกันข้อยุติในปัญหาการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในเครื่องคอมพิวเตอร์คาราโอเกะ (MP 3) ซึ่งปัจจุบันสถานบันเทิงประเภทคาราโอเกะ ดิสโก้เทค และร้านอาหารมีการนำงานเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มาเผยแพร่เพื่อหาประโยชน์ให้กับตนเองในลักษณะเชิงพาณิชย์ ทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์และทำให้สูญเสียรายได้ในสวนนี้ไปเป็นจำนวนมาก กรมทรัพย์สินทางปัญญาจึงได้ทำการศึกษาเพื่อจัดระบบการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เอ็มพี 3 มาบังคับใช้กับสถานบันเทิงเพื่อให้การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เป็นไปอย่างถูกต้องและยุติธรรมต่อผู้ใช้บริการและเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยคาดว่าจะสามารถนำระบบจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์มาประกาศใช้ได้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2544 เป็นต้นไป แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีกรณีฟ้องร้องให้สถานบันเทิงสามารถนำคาราโอเกะที่ละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีการไหลดลงในโปรแกรมอยู่ก่อนแล้วสามารถนำมาให้บริการแก่ลูกค้าได้ต่อไปเป็นเวลา 6 เดือน เพื่อให้สถานบันเทิงได้มีเวลาในการปรับตัวเข้าสู่ระบบอย่างถูกต้อง และไม่อนุญาตให้มีการไหลดเพลงเพิ่มเติมเข้าไปอีก แต่เมื่อครบกำหนดเวลา 6 เดือนแล้วสถานบันเทิงยังมีการละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ก็จะต้องได้รับโทษ คือ จำคุก 4 ปี ปรับ 8 แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ซึ่งแม้ว่าภาครัฐและธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องจะได้ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์กันอย่างจริงจังดังที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้วก็ตาม แต่การแก้ไขปัญหาก็จะไม่ประสบความสำเร็จได้ หากประชาชนยังมีความต้องการเทปและซีดีเพลงที่มีราคาถูกอยู่ต่อไป

ดังนั้น สื่อ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อันเป็นตัวกลางที่ช่วยนำความรู้ ข้อมูล ข่าวสารไปถึงประชาชน โดยมีการดำเนินการผลิต การนำไปใช้ การเผยแพร่ การกระจายสื่อ ในรูปลักษณะต่างๆ

จากสถานการณ์ดังกล่าวนี้ มีประเด็นที่น่าศึกษาวิจัย คือ สื่อที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายหรือไม่ โดยพยายามศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร และความสนใจในสื่อประเภทต่างๆ ว่าสื่อใดบ้างที่เข้าถึงความต้องการการรับรู้เรื่องซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและเมื่อประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้รับข่าวสารนั้นๆ แล้ว จะมีทัศนคติต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์อย่างไรบ้าง

ในการวิจัยครั้งนี้ เน้นศึกษากลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการนำเสนอข่าวสารทางสื่อต่างๆ และเป็นแนวทางให้หน่วยงาน ทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชนในการวางแผนการรณรงค์ป้องกันการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
3. เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ปัญหำนำการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ อย่างไร
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะ

กิจ และศึกษาความรู้ และทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ โดยทำการสำรวจเป็นระยะเวลา 3 เดือน เริ่มสำรวจตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ.2545 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ.2545

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชน
2. ทำให้ทราบถึงประสิทธิผลของสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มายังประชาชน
3. เพื่อแสวงหาแนวคิด แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ต่อไป
4. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางในการขยายผลการศึกษาได้ต่อไป

นิยามศัพท์

1. ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ หมายถึง แผ่นบันทึกเสียงที่มีการคัดลอกในลักษณะรวมเพลงฮิตของทุกค่ายและการคัดลอกทำนองและเนื้อร้องของเพลงที่ได้รับความนิยมให้อยู่ในแผ่นซีดีแผ่นเดียวกันซึ่งกระทำโดยไม่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537
2. ลักษณะทางประชากร หมายถึง อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ และเปิดรับจากสื่อใดบ้าง ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
4. สื่อมวลชน หมายถึง องค์กรที่ทำหน้าที่ในการผลิตสื่อที่ถ่ายทอดถึงความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ตลอดจนความบันเทิงไปสู่สาธารณชนโดยทั่วไป อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์
5. สื่อบุคคล หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (face to face communication) โดยผู้ส่งสาร ได้แก่ บิดา มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อน แฟน หรือคูรัก และบุคคลอื่นๆ

6. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ได้แก่ ไปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต การเดินขบวนรณรงค์ ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่และส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชน รวมทั้งรณรงค์ให้ประชาชนไม่ซื้อซีดีเพลงที่ผิดกฎหมาย

7. ทศนคดี หมายถึง ความเห็น ความรู้สึกที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

8. ความรู้ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในเรื่องซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งได้มาจากการสังเกต ประสบการณ์ หรือสื่อต่างๆ ประกอบกัน

9. SID CODE หมายถึง รหัสบ่งบอกแหล่งที่มาของสินค้าประเภทซีดี (Source Identification Code)

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์” ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด มาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 1.ทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์
- 3.แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสาร
- 4.แนวคิดทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ
- 5.แนวความคิดด้านกฎหมายลิขสิทธิ์และการควบคุม
- 6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสารถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในทางสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมของผู้รับสารได้ นอกจากนี้การสื่อสารยังมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ด้วย เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ (ปรมะ สตุเวทิน, 2526 : 6)

โรเจอร์ (Rogers, 1973 : 145) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดและข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาจะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยที่ผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสาร

กระบวนการของการสื่อสาร (Communication Process)

กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ต้องประกอบด้วย 1.ผู้ส่งสาร 2.การเข้ารหัส 3.สาร 4.ช่องทางการสื่อสาร 5.ผู้รับสาร 6.การถอดรหัส 7.ปฏิกิริยาป้อนกลับ 8.สิ่งรบกวน

ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้ส่งสารเป็นผู้เริ่มกระบวนการสื่อสาร เป็นแหล่งที่มาของข่าวสารซึ่งอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียว คณะบุคคล หรือองค์กรก็ได้ โดยก่อนที่ผู้ส่งสารจะถ่ายทอดหรือความต้องการของตนออกไปให้ผู้อื่น ผู้ส่งสารควรกำหนดเนื้อหาข่าวสารสาระสำคัญของข่าวสารก่อนที่จะสื่อสารออกไป รวมถึงจะต้องรู้ว่าใครเป็นผู้รับสารและจะใช้ช่องทางการสื่อสารแบบใด เป็นแบบช่องทางเดียวหรือหลายช่องทาง ซึ่งผู้รับสารจะมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของแหล่งข่าวสารและปัจจัยอื่นๆ เช่น การสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น

การเข้ารหัส (Encoding) หมายถึง การถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก หรือข้อมูลข่าวสารในรูปของสัญลักษณ์แสดงความหมาย (symbolic form) ของการส่งสาร ซึ่งการเลือกใช้สัญลักษณ์ (symbol) ต้องมีความระมัดระวังเพราะผู้รับจะแปลความหมายโดยอาศัยประสบการณ์และความรู้ของตน ดังนั้นความคิดของผู้ส่งสารที่ส่งไป ผู้รับสารจะตีความหมายไม่ตรงกับความคิดของผู้ส่งสารก็ได้ ดังนั้นการใช้สัญลักษณ์ที่จะนำมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดความคิด จึงควรเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคุ้นเคย และเข้าใจเป็นอย่างดี มีความหมายเป็นสากล เช่น รูปวงกลมที่มีเส้นขวางตัดผ่าน ซึ่งแสดงความหมาย ห้ามจอดรถหรือห้ามสูบบุหรี่ เป็นต้น

สาร (Message) หมายถึง การผสมผสานกันของสัญลักษณ์ (Symbols) ที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดไปเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนความรู้ ความเชื่อ หรือความรู้สึก ส่วนของการสร้างข่าวสารเป็นส่วนสำคัญที่สุดในกระบวนการสื่อสาร เพราะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาว่าจะพูดอะไร (What) และพูดอย่างไร (How) เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารต้องการ โดยข่าวสารที่ส่งออกไปมีทั้งรูปแบบอวัจนภาษา (nonverbal) และแบบวัจนภาษา (verbal) และเนื้อหาที่ส่งออกมาจากผู้ส่ง อาจจะเป็นความคิดหรือเรื่องราวที่จะส่งไปตามสื่อ โดยสามารถแบ่งสารเป็น 3 ลักษณะ คือ

- 1.สัญลักษณ์ของสาร (Code or Symbol) เช่น วลี ประโยค
- 2.เนื้อหาของสาร (Message Content) เช่น ข้อความ บทสรุป
- 3.ความคิดเห็นต่างของการเลือกและจัดลำดับข่าวสาร (Message Treatment) เช่น การวิเคราะห์บทความต่างๆ

ช่องทางการสื่อสาร (Channel) หมายถึง ช่องทางที่จะส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยการเลือกใช้สื่อต่างๆ ซึ่งแบ่งประเภทของช่องทางการสื่อออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

- 1.วิธีการส่งรหัสและถอดรหัสข่าวสาร เช่น การถ่ายทอดเป็นภาพหรือเสียง
- 2.พาหนะที่นำข่าวสาร เช่น แผ่นกระดาษ ภาพ เทปบันทึก วิद्यุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น
- 3.ตัวที่นำพาหนะนั้นไป เช่น อากาศที่พาคลื่นสัญญาณไปกระทบประสาทการรับรู้ของมนุษย์ เป็นต้น

ผู้รับสาร (Receivers) หมายถึง บุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารที่ส่งออกไปโดย ผู้รับสารจะรับรู้ข่าวสารด้วยประสาท สัมผัสทั้ง 5 แล้วถอดรหัสส่งไปตีความ สำหรับลักษณะของผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนเดียว เป็นกลุ่มหรือมวลชนก็ได้ ซึ่งการรับสารจะมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติของผู้รับสาร ระดับความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น

การถอดรหัส (Decoding) หมายถึง ขั้นตอนของผู้รับสารทำการเปลี่ยนสัญลักษณ์ที่ส่งมา จากผู้ส่งสารให้กลับเป็นข่าวสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจะนำข่าวสาร (message) นั้นเข้ารหัส (encode) และผู้รับสาร ต้องทำการถอดรหัสให้กลับมาเป็นข่าวสารตามที่คุณผู้ส่งสารส่งมา ทั้งนี้ทั้งนี้ถ้าผู้รับต่างกันก็อาจถอดรหัส หรือแปลความหมายข่าวสาร (message) ในทิศทางที่แตกต่างกัน เพราะขึ้นกับลักษณะของแต่ละคน ภูมิหลังและความมีอคติ เช่น คนอเมริกันใช้สัญญาณ “ชูหัวแม่มือขึ้น” หมายถึง “ดีพิเศษ” หรือ “ตกลง” หรือ “good” ในขณะที่คนออสเตรเลีย หมายถึง การแสดงท่าทางที่ไม่สุภาพ (vulgar gesture) เป็นต้น

ปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) หมายถึง เมื่อผู้ส่งสารข่าวสารไปแล้ว ผู้รับสารก็จะมี ความสนใจว่าจะมีการตอบสนองกลับมาจากผู้รับสารอย่างไร ดังนั้น ปฏิกิริยาย้อนกลับจึงเป็น การสื่อสารจาก ผู้รับสารไปสู่ผู้ส่งสาร เกี่ยวกับการความหมายที่ส่งไปในรูปของข่าวสาร (message) และปฏิกิริยาของผู้รับที่มีต่อข่าวสารนั้น เช่น ผู้ส่งสารทำการส่งสารเกี่ยวกับสินค้าผ่าน สื่อโทรทัศน์ออกไป แล้วผู้ส่งสารทำการสอบถามว่าผู้รับสารได้เห็นหรืออ่านอะไรจากในโฆษณา สินค้านี้บ้างเพื่อนำไปพิจารณาเกี่ยวกับการรับสารของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

สิ่งรบกวน (Noise) หมายถึง สิ่งที่ทำให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารที่แตกต่างจากข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมา หรือสื่อที่ใช้ในการสื่อสารข่าวสาร จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารไปยังผู้รับสารอาจจะเป็นตัว สิ่งรบกวน (noise) หากกลุ่มเป้าหมายไม่ได้คาดที่ข่าวสารจะผ่านทางสื่อสารนั้น เช่น การ

โฆษณาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ โดยผ่านสื่อโทรทัศน์ ในรายการของวัยรุ่น ก็ถือว่ามีสิ่งรบกวน (noise) ที่เกิดขึ้น หรือการที่ผู้รับมีภูมิหลังแตกต่าง ก็ทำให้เกิดสิ่งรบกวน (noise) ขึ้นได้เช่นกัน

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลด์ (Harold D.Lasswell อ้างใน รวีวรรณ ประกอบผล, 2529 : 22) ได้เสนอความคิดที่อธิบายการสื่อสารที่มีคนรู้จักมากที่สุด เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม (the behavioral of thought) เป็นการศึกษาปฏิบัติการระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ลาสเวลด์อธิบายกระบวนการสื่อสารโดยตั้งเป็นคำถามเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร ผู้รับสารและผลของการสื่อสาร โดยกล่าวว่าจะต้องมีองค์ประกอบ คือ

ใคร	(Who)	ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร
กล่าวอะไร	(What)	เรื่องหรือเนื้อหาของสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป
ในช่องทางใด	(in Witch Channel)	ตัวกลางหรือสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับ
ถึงใคร	(to Whom)	ผู้รับสาร
พร้อมด้วยอะไร	(with What Effect)	สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร

แนวความคิดข้างต้น สามารถแสดงเป็นแบบจำลองของ ลาสเวลด์ ได้ดังนี้

ภาพที่ 1

แบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารของลาสเวลด์

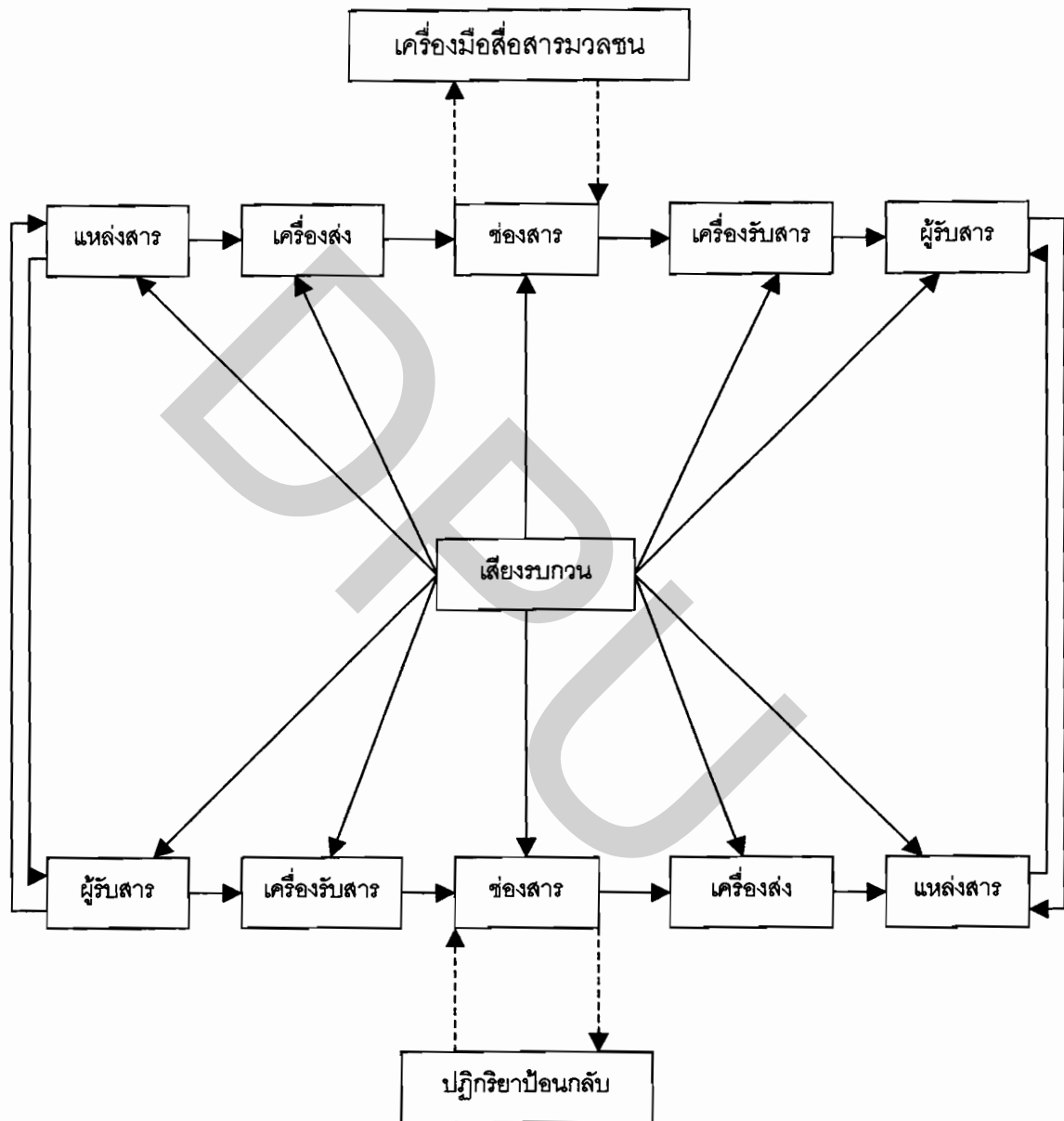


ในปี 1966 เดอ เฟลอร์ (Deffleur อ้างใน รวีวรรณ ประกอบผล, 2529 : 80) ได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารโดยเน้นว่า ในกระบวนการสื่อสาร ความหมายในเนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสาร จะได้รับการจัดระเบียบและเรียบเรียงออกมาเป็นข้อความข่าวสาร เมื่อผ่านกระบวนการที่เครื่องส่งหรือตัวแปลงความหมายในข่าวสารมาเป็นข้อมูลแล้วก็ถูกส่งผ่านช่องทาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนมายังผู้รับสาร ผู้รับสารหรือเครื่องรับจะถอดหรือแปลงข้อมูลกลับมาเป็นข่าวสารส่งไปยังจุดหมายปลายทางหรือผู้รับสาร ซึ่งจะถอดหรือแปลข่าวสารนั้นออกมาเป็นความหมายที่ตนเข้าใจได้ ถ้าความหมายของผู้ส่งสารและผู้รับสารตรงกัน นั้นหมายความว่าเกิดการสื่อสารที่สมบูรณ์ แต่เดอเฟลอร์ พบว่าการสื่อสารมักจะไม่สมบูรณ์เพราะความหมายในเนื้อหาสาระระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมักไม่ตรงกันทุกอย่าง

ดังนั้นเดอเฟลอร์ จึงได้เพิ่มคำอธิบายถึงช่องทางที่ปฏิบัติการป้อนกลับถูกส่งกลับมายังแหล่งสารหรือต้นตอของข่าวสาร ทั้งนี้เพื่อให้แหล่งข่าวสารได้โอกาสปรับปรุงวิธีการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นั่นคือความพยายามที่จะให้ความหมายในข่าวสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความหมายตรงกันโดยพิจารณาจากปฏิบัติการป้อนกลับ

ภาพที่ 2

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารสองทางของเดอ เฟลอร์



เดอเฟลอร์ ยังได้กล่าวถึงการสื่อสารว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ (อ้างในรวีวรรณ ประกอบผล, 2529 : 83)

1. เครื่องมือสื่อสารมวลชน (mass medium device)

2.แหล่งสาร (source) หรือ ผู้ส่งข่าวสาร หมายถึง ผู้ที่ทำการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร อาจทำหน้าที่เป็นผู้พูด ผู้เขียน ผู้ส่งข่าวสาร หรือผู้แสดงกริยาอาการใดๆ ก็ตาม

3.เครื่องส่ง (transmitter) หมายถึงตัวแปลงความหมายในข่าวสารมาเป็นข้อมูล

4.ช่องสาร (channel) หมายถึงบุคคลหรือ สิ่งที่ใช้ส่งข่าวสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

5.เครื่องรับสาร (receiver) หมายถึงตัวแปลงข้อมูลมาเป็นความหมายในข่าวสาร

6.ผู้รับสาร (destination) หมายถึงบุคคลที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับข่าวสาร อาจจะเป็นผู้ฟัง ผู้ชม หรือผู้อ่านข่าวสารอยู่ เป็นต้น

7.เสียงรบกวน (noise) หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการติดต่อสื่อสาร เช่น เสียงคลื่นรบกวน

8.ปฏิกิริยาป้อนกลับ (feedback) ปฏิกิริยาที่ผู้รับข่าวสารแสดงออกมาหลังจากรับข่าวสารแล้ว

โดย เดอ เฟลอร์ เน้นความสำคัญอยู่ที่ปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) เพราะจะทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบผลการสื่อสารว่า บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือไม่ และผลของการป้อนกลับจะทำให้เกิดประโยชน์คือ เมื่อผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองที่แสดงถึงความสนใจหรือไม่สนใจ ต่อสารที่ผู้ส่งสารส่งไป ผู้ส่งสารก็จำเป็นต้องนำข้อบกพร่องต่างๆ ของการสื่อสารมาปรับปรุงแก้ไขในส่วนต่างๆ ที่บกพร่องเพื่อให้การสื่อสารในครั้งต่อไปประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

โรเจอร์ (Rogers,1960) นำหลักฐานจำนวนมากจากการวิจัยในประเทศที่ด้อยพัฒนาของสหรัฐอเมริกาให้ข้อสังเกตและสนับสนุนว่า การรับข่าวสารทางสื่อมวลชนแต่เพียงอย่างเดียว นั้น ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล การสื่อสารมวลชนมีความสำคัญมากในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความเข้าใจ เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสำคัญมากต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ในขั้นของการจูงใจสื่อแบบการบอกเล่าจึงดูเหมือนใช้ได้ดีกว่าสื่อมวลชน

โรเจอร์ และ ชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker,1971) ได้แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) คือ การถ่ายทอดข่าวสาร โดยการผ่านสื่อมวลชนทั้งหมด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน และ

นิตยสาร เป็นต้น แหล่งข่าวอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือสองสามคน หรือ มากกว่านั้นก็ได้ โดยบุคคลเหล่านี้จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้

2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) คือ การถ่ายทอดข่าวสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยการสื่อสารเช่นนี้จะเป็นลักษณะเผชิญหน้า (Face-to-Face) ซึ่งจัดว่าเป็นรูปแบบที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่จะยอมรับเพื่อร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด (Katz and Paul, 1955 : 377)

อาจกล่าวได้ว่า สื่อแต่ละประเภทข้างต้นนั้นมีศักยภาพที่แตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลจะช่วยให้ทราบถึงปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสาร ซึ่งเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการชักจูงใจ ในขณะที่สื่อมวลชนทำให้การแพร่กระจายข่าวสารได้กว้างขวางและรวดเร็ว แต่หากมีการใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทร่วมกันก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในการเลือกใช้สื่อ นั้นจะมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสารด้วย ทั้งนี้ในการส่งข่าวก็อาจต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจน

2. แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529 : 312 -316) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้รับสารที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป โดยที่ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้ คือ

1. อายุ (Age)

การจะสอนผู้ที่มีอายุต่างกันให้เชื่อฟังหรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟังให้เปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น การวิจัยโดย ซี แมเปิล (C. Maple) และ ไอ แอล เจนิส และ ดีไรฟ์ (I.L. Janis and D. Rife) ได้ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสารและสื่ออีกด้วย เช่น ภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็ยังคงมีความแตกต่างกัน โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาว สูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น

โดยสรุป “อายุ” ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร

2. เพศ (Sex)

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างนั้นชายและหญิงต่างกันพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของชายและหญิงก็ต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด แต่ก็ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงนั้นไม่แตกต่างกัน เช่น จากการศึกษาวิจัยแบบทดลอง พบว่าผู้รับสารชายและหญิงจะมีคุณลักษณะที่ต่างกัน และถึงแม้สภาพสังคมปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่ก็ยังมีหลายอย่างที่ชายและหญิงยังมีสถานะของตนอยู่อีก การสื่อสารทุกครั้งต้องคำนึงถึงว่าการสื่อสารนี้กำลังสื่อสารกับผู้รับสารเพศใด

3. การศึกษา (Education)

“การศึกษา” เป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสาร มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ได้ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่ยังมีการศึกษาสูงก็จะมี ความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ ต้องมีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status)

หมายความถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว มีรายงานวิจัยหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

3. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสาร

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

นิยะดา ชุนหวงค์ และนินนาท โอฟารวรุฒิ (2520 : 78) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง อากัปกริยาของคนเราที่แสดงออกบ่งถึงความชอบ และไม่ชอบกิจกรรมบางอย่างซึ่งสามารถสังเกตได้

สุรพงษ์ โฉนทะเสถียร (2533 : 51) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำ หรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และ ทัศนคติ

ของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่ต่าง
กัน เกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปล
ความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่ต่างต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติ
กรรมของบุคคล

เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล (2534 : 32) พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดง
ออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องให้เครื่องมือช่วย เช่น
การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลจากการเลือกปฏิบัติตอบสนอง
ที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้นๆ

นักศึกษาด้านมนุษยวิทยาหลายท่านได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติ
กรรมของมนุษย์ไว้ ดังนี้ (ประจวบ อินอืด, 2525 : 1-2)

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับ และพลังที่จะต้องประพฤติปฏิบัติ เพื่อความอยู่รอดและ
ความมั่นคงแห่งชีวิต อันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย เช่น ความอยู่รอดในชีวิต
ประจำวัน

2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักจะต้อง
ประพฤติปฏิบัติไปตามครรลองของสังคมแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว

3. พลังทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุด ได้แก่ ครอบครัวของบุคคลผู้นั้นเอง
เพื่อนบ้าน กลุ่มเพื่อนฝูง ตลอดจนกลุ่มอ้างอิงหรือผู้นำทางความคิดในชุมชน

4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูป
แบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ

5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่ม
เดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่ม
ขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย เช่น จะพบว่าคนบางกลุ่มมีลักษณะก้าวร้าว รุก
ราน บางกลุ่มมีลักษณะหัวโบราณ ฯลฯ เป็นต้น

6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ที่เขามีต่อโลกรอบตัวเขาออกมาในรูป
ต่างๆ ซึ่งเราจะสามารถสืบสาวไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้ เช่น จากคำพูด
วัตถุ การกระทำ ตลอดจนสิ่งที่สื่อถึงการกระทำทั้งในจิตสำนึก และภายใต้จิตสำนึก เช่น เราจะนึก
ถึงภาพของผู้ที่นิยมฟังเพลงสากลว่า เป็นบุคคลเช่นไร ซึ่งแตกต่างกับบุคคลที่นิยมฟังเพลงไทยเดิม

การศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมของคนเรานั้น นักจิตวิทยาได้เห็นพ้องต้องกันว่า จิต
ลักษณะที่ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำที่สุด คือ ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนซซี ชวาทซ์ (Nancy E. Schwartz) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ (ประจวบ อื่น อี๊ด, 2525 : 1-2) ดังนี้

1. ทักษะคิดเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะคิด และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทักษะคิดมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทักษะคิดต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะคิดไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

4. ทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารที่สำคัญยิ่งประการหนึ่ง คือ ผลของการสื่อสารซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง มักจะเกิดผลในเรื่องต่างๆ เป็นการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องตัวผู้รับสาร ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่างๆ ประกอบด้วย การเปิดรับสาร 2 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 8) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสารไว้ ดังนี้

- 1.1 การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) กล่าวคือผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้

ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

1.2 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ในขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเองด้วย

1.3 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ชาร์ลส์ แอตคิน (Atkin อ้างในเพ็ญจันทร์ สุทธิพิเศษสกุล, 2534 : 37) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expeditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุน หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์น้อยกว่าบุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวนั้น (Information Ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าข่าวสารนั้น จะก่อให้เกิดภาระผูกพันก็จะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) และในบางครั้งก็ต้องยอมรับข่าวสารต่างๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับข่าวสารนั้นๆ

สำหรับเหตุผลที่มนุษย์เลือกสนใจรับข่าวสารอย่างไรวานั้น นักวิชาการหลายท่าน เช่น ไฟรด์สัน (Friedson) ไรลีย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) (อ้างในศศิวิมล ปาลศรี, 2538 : 13) มีความเห็นตรงกันว่าแรงจูงใจที่ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละบุคคลมีการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความรู้สึก ความเชื่อมั่น และความต้องการที่จะมีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจ ขณะเดียวกันสภาพทางสังคมก็เป็นตัวเร่งให้บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆ เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสรรรับข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟลอร์ (Defluer อ้างในธีรภรณ์ สุวรรณดี, 2538 : 11) ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพล ในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยา และสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อบุคคลหมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 11) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติ และพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (เสถียร เขยประทับ, 2529 : 25-26)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่างๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุม สัมมนา ก็คือ การจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิกริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้ ดังที่ บลูมเมอร์ (Blumer อ้างในเสถียร เขยประทับ, 2529 : 25-26) กล่าวว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย"

เดอเฟลอร์ (อ้างในสุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2538 : 20) ได้กล่าวถึงทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรม

สื่อสารคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ เป็นต้น ส่วนใน ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) เดอเฟลอร์แสดงให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับ สารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยที่ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมี อิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารใน ลักษณะนี้เรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (Personal influence) โดยจะมีทฤษฎีการสื่อสารมวลชน สองทอด (Two-Step Flow of Communication) ที่ความคิดเห็นต่างๆ จากจะไหลผ่านสื่อมวลชน ไปยังผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ก่อน แล้วจึงมีการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มประชาชน เป้าหมาย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้อาจก่อให้เกิดเครือข่าย (Interpersonal network) ขึ้นในการสื่อสารมวลชน

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกสรรข่าวสารของ มนุษย์โดยมีผู้เสนอแนวทางไว้ดังนี้

เดอเฟลอร์ ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการ สื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชน ถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างเกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน ทฤษฎีที่สำคัญของ เดอเฟลอร์ เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 4 ทฤษฎี ดังนี้ (อ้างในธีรภรณ์ สุวรรณดี ,2538 : 12)

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) เป็นทฤษฎี ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะสติ ค่านิยม และ ความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับสาร หรือตีความหมายจากการสื่อมวลชนแตกต่างกัน
2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มี ลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทาง สังคม ที่สำคัญนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิภาค
3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าว ถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ หรือ กลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งอิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (Personal Influence)

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (The Cultural Norms Theory) ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมและเหตุการณ์แวดล้อมในสังคมว่ามีผลต่อพฤติกรรม เพราะโดยปกติแล้วบุคคลย่อมมีพฤติกรรมตามแนวบรรทัดฐานของสังคม สื่อที่มีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานทางอย่างใดอย่างหนึ่ง จะมีผลให้บุคคลคล้อยตาม

โดยทั่วไปแล้ว ผู้รับข่าวสารจะมีพฤติกรรมทางเลือกหรือการรับสื่อที่แตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่างๆ ทั้งนี้ ชรามม์ (Schramm, 1974 : 13) ได้ให้หลักทั่วไปที่เป็นเหตุผลของการเลือกรับสื่อว่า คนเราชอบจะเลือกใช้สื่อที่จะใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด ซึ่งหมายความว่า ผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตนเองสะดวกที่สุด ในการใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อ เนื่องด้วยเหตุจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่จะรับสื่อ แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นพฤติกรรมทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อด้วย

อย่างไรก็ตาม มนุษย์มีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด หรืออย่างไรนั้นก็ด้วย ปัจจัยที่กำหนด คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคลภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะสติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นก็ คือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะสติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ซึ่งเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ชรามม์ (Schramm, 1973 อ้างในวิศรา รัตนสมัย, 2543 : 23) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
 2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ทำให้ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่ง
 3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจที่แตกต่างกัน
 4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหา ข่าวสาร
 5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
 6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
 7. อารมณ์ หรือสภาพอารมณ์ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็เป็นได้
 8. ทัศนคติ ทำให้เกิดการกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้อ่าน
- องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ถือว่าเป็นองค์ประกอบทางด้านจิตใจ ซึ่งยังมีองค์ประกอบด้านอื่นๆ อีกเช่น องค์ประกอบด้านสังคมที่สามารถสร้างประสบการณ์ ปลุกฝังความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ความรู้ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสาร ได้แก่ สภาพแวดล้อมของผู้รับสาร กลุ่มอ้างอิง หรือบุคคลที่ผู้รับสารเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ ด้วย วัฒนธรรมประเพณีที่กำหนดให้บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมต่างๆ กัน เป็นต้น ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารที่จะประสบผลสำเร็จสัมฤทธิ์ผล จึงขึ้นอยู่กับความสามารถ ของผู้ส่งข่าวสารที่เหมาะสม พัฒนาสิ่งจูงใจที่มีผล และเลือกช่องทางสื่อสารที่สามารถนำข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และมีประสิทธิภาพสูงสุด

5. แนวคิดทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ

แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

บิคฮาร์ด เอช มาร์ค (Bickhard H. Mark, 1980 : 45) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า "ความรู้" หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ โดยแบ่งเป็นความรู้ต่อสถานการณ์ หรือความรู้ในระดับกว้าง

ประกาศาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 5) กล่าวว่า "ความรู้" เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้ หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยินจำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ คำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี รูปแบบ กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

กล่าวโดยสรุป ความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ สิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกตประสบการณ์ หรือจากสื่อต่างๆ ประกอบกัน

ความรู้จึงเป็นความสามารถในการใช้วิธีเท็จจริง (Facts) หรือ ความคิด (idea) ความหยั่งรู้หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

ความรู้ทำให้ผู้เรียนได้รู้ถึงความสามารถในการจำ และระลึกถึงเหตุการณ์ และประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งได้ดังนี้

ก) ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา

ข) ความรู้เกี่ยวกับวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ค) ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิด และโครงสร้าง

การประเมินด้านความรู้ หมายถึง การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหา และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ ตามที่นักวิชาการชื่อ บลูม (Bloom) และคณะ (อ้างในเพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534 : 25-26) ได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ คือ

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการ และแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้ มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำเอาข้อมูล แนวความคิด มาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6. ระดับของการประเมิน (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล ผลวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของกิจกรรมแต่ละอย่าง

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้จักคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจในบุคคลต่างกัน อันมีปัจจัยมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิด ความรู้สึกของตน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความรู้เป็นปอเกิดแห่งทัศนคติ

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

สุชา จันทรเอน (2524 : 226) ให้คำนิยามว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะนำไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2524 : 3) สรุปความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทัศนคติมิได้มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์การเลียนแบบ

พยอม วงศสารศรี (2526) กล่าวว่าทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด การกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทัศนคติ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือได้รับข้อมูลใหม่ โดยทั่วไปเชื่อกันว่า ทัศนคติมีผลต่อการปฏิบัติของบุคคล

เครท. ครัทซ์ฟิลด์ และบาร์เลียชชี (Krech and Baliachy, 1948 อ้างใน ศศิวิมล ปานศรี ,2538 : 17) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัย ดังนี้

1. การสนองตอบความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลก็มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้น บางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น โดยการฟังคำติฉินที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

4. ทักษะที่มีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงกันข้าม คือ มักมองว่าคนคอยอิจฉาริษยา หรือคิดร้ายต่างๆต่อตน

การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526 : 64-65)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด

2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก

3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์ และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

"การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3

อย่างนี้ก็มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ในการที่จะให้มีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้ (Zimbardo, 1977 : 49)

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสาร ต่างๆ ซึ่งข่าวสารนี้ อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive component) เป็นที่เชื่อกันว่า ถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective component) และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavioral component) เปลี่ยนแปลงด้วย

แมคกายร์ (Mcquire อ้างใน ศศิวิมล ปานศรี, 2538 : 21) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ
2. ความเข้าใจ
3. การยอมรับ
4. การเก็บเอาไว้
5. การกระทำ

และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้ากระบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อข่าวสาร ทำให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปงทัศนคติแล้ว จะเกิดขบวนการคือ การใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การเก็บเอาไว้ และการกระทำในตัวผู้รับ การที่ขั้นตอนเหล่านี้จะเกิดในตัวบุคคลหรือไม่นั้น จะต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ หลายประการ เช่น ความสามารถทางสติปัญญา สถานะทางเศรษฐกิจ การศึกษาและอื่นๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะมีส่วนทำให้บางขั้นตอนไม่เกิดขึ้นก็ได้

การเปลี่ยนแปงทัศนคติ (Attitude Change)

ในการเปลี่ยนแปงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สีก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไม่มีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิเช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสารและ คุณสมบัติของผู้รับสาร ล้วนมีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหา เหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก เพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยการรับข่าวสารที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ

เฮอริเบิร์ต ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman, 1967: อ้างในพิชญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534 : 30-31) ได้เสนอกระบวนการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลคือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยินยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเขา และเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่เขายินยอมทำตามสิ่งที่อยากให้เขาทำนั้น เพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับ ทัศนคติที่เกิดขึ้นจากกระบวนการยินยอมนี้ อธิบายได้ในแง่ของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม

จำนวนทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปจากกระบวนการยินยอมนี้ ขึ้นอยู่กับความสำคัญของผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากการยอมทำตามนั้นๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการยอมทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งผลักดันให้บุคคลยอมทำตามนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความมาก-น้อยหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ เคลแมน กล่าวว่าบุคคลจะยอมทำตามบางสิ่งบางอย่างก็ต่อเมื่อเขาอยู่ในภาวะที่ผู้มีอิทธิพลจะบังคับเขาได้ ดังนั้นการคาดหวังว่าบุคคลจะเกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติที่ถาวรจากการยินยอมนี้ย่อมจะเป็นไปไม่ได้

2. การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยินยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลในสังคม

3. ความต้องการที่อยากเปลี่ยนแปลง (Internalization) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยินยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่าเนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขามีอยู่เดิม ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติเดิมของบุคคล ที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย
2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะ เป็นไปทางตรงกันข้าม

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางเดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า มันคงกว่า คงที่กว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในคนละทาง ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี วิธีหนึ่งคือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมาจากสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม และสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective component) และส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มีทัศนคติ หรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันออกไปด้วยซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม (Value) ของบุคคลแต่มาจากการเปลี่ยนแปลงการยอมรับข่าวสารซึ่งสัมพันธ์กับบุคคลนั้น ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ "สื่อ" (Media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อบุคคล หรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่ง "ข่าวสาร" (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของ "ข่าวสาร" และ "สื่อ" จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้ และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

ดังนั้นทัศนคติของบุคคลจึงสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้หรือความคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้ หรือความคิดเปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย

6. แนวความคิดด้านกฎหมายลิขสิทธิ์และการควบคุม

ความรู้เบื้องต้นด้านลิขสิทธิ์

1. ลิขสิทธิ์ คือ

ลิขสิทธิ์เป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะในการสร้างสรรค์งานให้เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ลิขสิทธิ์หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆเกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2544)

2. ประเภทของงานสร้างสรรค์

งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์ ประกอบด้วยงานต่างๆ ดังนี้

2.1 งานทั่วไป ได้แก่

- งานวรรณกรรม เช่น หนังสือ จุลสาร สิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์
- งานนาฏกรรม เช่น งานเกี่ยวกับการรำ การเต้น การทำท่า หรือการแสดงที่ประกอบเป็นเรื่องราว การแสดงโดยวิธีใบ้
- งานศิลปกรรม เช่น งานด้านจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ภาพพิมพ์ ภาพประกอบแผนที่ โครงสร้าง ศิลปะประยุกต์ ภาพถ่าย แผนผังของงานดังกล่าว
- งานดนตรีกรรม เช่น เนื้อร้อง ทำนอง โน้ตเพลงที่ได้แยกแยะเรียบเรียงเสียงประสานแล้ว
- งานโสตทัศนวัสดุ เช่น วีดีโอเทป แผ่นเลเซอร์ดิสก์ เป็นต้น
- งานภาพยนตร์
- งานสิ่งบันทึกเสียง เช่น เทปเพลง แผ่นคอมแพคดิสก์
- งานแพร่เสียงแพร่ภาพ
- งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือ แผนกศิลปะ

2.2 งานสืบเนื่อง ได้แก่

- งานดัดแปลง หมายถึง การทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปแบบ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์
- งานรวบรวม หรือประกอบเข้าด้วยกัน โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

3. สิ่งที่ถูกกฎหมายไม่คุ้มครอง

สิ่งที่ถูกกฎหมายไม่คุ้มครอง ได้แก่

- แนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือ ทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์
- ขั้นตอน กรรมวิธี ระบบ วิธีใช้ หรือการทำงาน

4. สิ่งที่ไม่ถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์

ผลงานดังต่อไปนี้ เป็นผลงานที่ไม่ถือว่ามีลิขสิทธิ์

- ข่าวประจำวัน และข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสาร
- รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย
- ประกาศ คำสั่ง ระเบียบ คำชี้แจง ของหน่วยงานรัฐหรือท้องถิ่น
- คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ
- คำแปล และการรวบรวมสิ่งต่างๆ ข้างต้น ที่หน่วยงานของรัฐหรือท้องถิ่นจัดทำขึ้น

5. การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

สิทธิในลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นโดยทันทีนับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างผลงานโดยไม่ต้องจดทะเบียน ซึ่งมีลักษณะการได้มา ดังนี้

- คุ้มครองทันทีที่ได้มีการสร้างสรรค์งานนั้น
- กรณีที่ยังไม่ได้มีการโฆษณา งาน ผู้สร้างสรรค์ต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทยหรือมีสัญชาติในประเทศที่เป็นภาคีแห่งอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่ประเทศไทยเป็นภาคีอยู่ด้วย
- กรณีที่มีการโฆษณางานแล้ว ต้องเป็นการโฆษณาครั้งแรกได้ทำขึ้นในราชอาณาจักรหรือในประเทศที่เป็นภาคีฯ
- กรณีที่ผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล ต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

6. ใครเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

ผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ได้แก่ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลดังต่อไปนี้

- ผู้สร้างสรรค์งานชิ้นใหม่ ซึ่งอาจเป็นผู้สร้างสรรค์งานด้วยตนเองเพียงผู้เดียว หรือผู้สร้างสรรค์งานร่วมกัน
- ผู้สร้างสรรค์ในฐานะพนักงานหรือลูกจ้าง
- ผู้ดัดแปลงหรือผู้รวบรวม โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของ

- ผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้มีสิทธิในงานที่จ้าง เว้นแต่จะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น
- กระทรวง ทบวง กรม หน่วยงานของรัฐหรือท้องถิ่น
- ผู้รับโอนสิทธิ
- ผู้พิมพ์โฆษณางานที่ใช้นามแฝงหรือนามปากกาที่ไม่ปรากฏชื่อผู้สร้างสรรค์

7. สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์

- เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ ต่องานอันมีลิขสิทธิ์ของตนดังต่อไปนี้ มีสิทธิในการทำซ้ำ ดัดแปลง จำหน่าย ให้เช่า คัดลอก เลียนแบบ ทำสำเนา การทำให้ปรากฏต่อสาธารณชนหรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิของตน โดยมีหรือไม่มีค่าตอบแทนก็ได้
- นอกจากสิทธิที่เจ้าของลิขสิทธิ์จะได้รับความคุ้มครองในรูปของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจดังกล่าวแล้ว กฎหมายยังคุ้มครองสิทธิที่เรียกว่า ธรรมสิทธิ หรือ สิทธิในทางศีลธรรมด้วย โดยกำหนดว่าผู้สร้างสรรค์มีสิทธิที่จะแสดงตนว่าเป็นผู้สร้างสรรค์ และห้ามผู้อื่นมิให้กระทำการบิดเบือน ตัดทอน ดัดแปลง หรือกระทำการให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงของผู้สร้างสรรค์

8. อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

- งานทั่วไป ลิขสิทธิ์จะมีตลอดอายุผู้สร้างสรรค์ และจะมีต่อไปอีก 50 ปี นับแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย กรณีเป็นนิติบุคคล ลิขสิทธิ์จะมีอยู่ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- งานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ หรืองานแพร่เสียง แพร่ภาพ ลิขสิทธิ์มีอยู่ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- งานที่สร้างสรรค์โดยการจ้างหรือตามคำสั่ง มีอายุ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- งานศิลปประยุกต์ ลิขสิทธิ์มีอยู่ 25 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- กรณีได้มีการโฆษณางานเหล่านั้น ในระหว่างระยะเวลาดังกล่าวให้ลิขสิทธิ์มีอยู่ต่อไปอีก 50 ปี นับแต่โฆษณาครั้งแรก ยกเว้นในกรณีศิลปประยุกต์ ให้มีลิขสิทธิ์อยู่ต่อไปอีก 25 ปี นับแต่โฆษณาครั้งแรก

9. ผลภายหลังลิขสิทธิ์หมดอายุ

งานนั้นตกเป็นสมบัติของสาธารณชน บุคคลใดๆ สามารถใช้งานนั้นๆ ได้โดยไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

10. นักแสดง

หมายถึง ผู้แสดง นักดนตรี นักร้อง นักเต้น นักรำ และผู้แสดงท่าทาง ร้อง กล่าวพากย์ แสดงตามบทหรือในลักษณะอื่นใด

11. สิทธิของนักแสดง

มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการกระทำอันเกี่ยวกับการแสดงของตนและมีสิทธิในการรับค่าตอบแทน

12. อายุการคุ้มครองสิทธินักแสดง

มีอายุการคุ้มครอง 50 ปี นับแต่ที่มีการแสดงหรือมีการบันทึกการแสดง

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537¹

ส่วนที่ 5

การละเมิดลิขสิทธิ์

มาตรา 27 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำการดังต่อไปนี้

- (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน

¹ หมายเหตุ: เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2521 ได้ให้บังคับมาเป็นเวลานานแล้ว บทบัญญัติต่างๆจึงไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมของประเทศและระหว่างประเทศ สมควรที่จะได้มีการปรับปรุงมาตรการคุ้มครองด้านลิขสิทธิ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและเพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์ในด้านวรรณกรรม ศิลปกรรม และงานด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้
ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 111 ตอนที่ 59 ก. วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2537

มาตรา 28 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่ไลต์ทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ หรือสิ่งบันทึกเสียง อันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ โดยไม่ได้รับอนุญาต ตามมาตรา 15 (5) ทั้งนี้ ไม่ว่าในสถานที่เป็นเสียง และหรือภาพให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ดังต่อไปนี้

- (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานดังกล่าว

มาตรา 29 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานแพร่เสียงแพร่ภาพอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ดังต่อไปนี้

- (1) จัดทำไลต์ทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง หรืองานแพร่เสียงแพร่ภาพทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน
- (2) แพร่เสียงแพร่ภาพซ้ำ ทั้งนี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน
- (3) จัดให้ประชาชนฟังและหรือชมงานแพร่เสียงแพร่ภาพ โดยเรียกเก็บเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่นในทางการค้า

มาตรา 30 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่โปรแกรมคอมพิวเตอร์อันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ดังต่อไปนี้

- (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานดังกล่าว

มาตรา 31 ผู้ใดรู้อยู่แล้วหรือมีเหตุอันควรรู้อย่างใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานนั้นเพื่อหากำไร ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ดังต่อไปนี้

- (1) ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
- (4) นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

ปัจจุบันได้มีการร่างพระราชบัญญัติควบคุมการผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้น เนื่องจากขณะนี้สหรัฐอเมริกาจัดชั้นให้ไทยเป็นประเทศที่ถูกจับตามองอย่างใกล้ชิด (Watch List : WL) ในเรื่องการแก้ปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และเรื่องของการนำเข้าเครื่องจักรผลิตขึ้น เพราะประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายควบคุมการนำเข้า ขณะที่มาเลเซียและฮ่องกงได้ออกกฎหมายควบคุมการนำเข้าเครื่องจักรผลิตขึ้นที่มีความเข้มงวดและรัดกุม ทั้งนี้เพื่อป้องกันการนำเข้าเครื่องจักรที่ผิดประเภทมาดัดแปลงใช้ในการผลิตขึ้นละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศของตน

เมื่อมาเลเซียและฮ่องกงออกกฎหมายควบคุมการนำเข้าเครื่องจักรผลิตขึ้นแล้ว สหรัฐเกรงว่าจะทำให้ผู้ที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญานาทางออก โดยการย้ายแหล่งผลิตและนำเครื่องจักรเข้ามาผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยแทน สหรัฐจึงได้ขอให้ทางฝ่ายไทยออกกฎหมายมาควบคุมโดยเร่งด่วน ซึ่งการยกเว้นพระราชบัญญัติควบคุมการผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่ในขั้นตอนดำเนินการ โดยมีเนื้อหาสาระสำคัญอยู่ 5 ประเด็น คือ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2544)

ประเด็นที่ 1 ต้องการให้มีระบบจดทะเบียนโรงงาน

ประเด็นที่ 2 ต้องการให้มี ระบบการจดทะเบียนเครื่องจักร

ประเด็นที่ 3 มีการกำหนดภาระหน้าที่ของโรงงานผลิตขึ้น เช่น การรายงานเกี่ยวกับจำนวนแผ่นซีดีที่ผลิตออกจากโรงงาน การแสดงหมายเลขกำกับบนแผ่นซีดีที่ผลิต การรายงานการนำเข้าวัตถุดิบ หรือเม็ดพลาสติกที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น

ประเด็นที่ 4 ให้อำนาจเจ้าหน้าที่ ในการเข้าตรวจค้นโรงงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ประเด็นที่ 5 คือ การจัดตั้งกองทุนเพื่อควบคุมโรงงานขึ้น

โดยประเด็นสำคัญทั้ง 5 นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการควบคุมระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน

ซึ่งร่างกฎหมายนี้จะควบคุมเฉพาะโรงงานผลิตขึ้นเท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อสาธารณชนและ บุคคลโดยทั่วไป ในทางกลับกันการควบคุมโรงงานผลิตขึ้นจะทำให้รัฐสามารถตรวจสอบโรงงานขึ้นและ การผลิตขึ้นได้ทำให้รัฐที่มากขึ้น ทำให้รัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย และขณะเดียวกันจะทำให้โรงงานผลิตขึ้นมีความระมัดระวังในการประกอบการมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการตรวจสอบความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อนที่จะรับงาน

ในที่สุดหากสามารถควบคุมโรงงานขึ้นได้ก็เชื่อมั่นว่าจะแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของขึ้นละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศได้ โดยเป็นการตัดทอนขึ้นละเมิดลิขสิทธิ์ที่จะออกสู่ตลาด กระตุ้นให้เกิดการ สร้างสรรค์งานลิขสิทธิ์ ลดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ สร้างความเท่าเทียมกันในการค้าและรัฐสามารถ จัดเก็บภาษีได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวจะต้องผ่าน

การพิจารณาอีกหลายขั้นตอนทั้งในขั้นการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการ
กฤษฎีกาและรัฐสภาก่อน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะ ธนกาญจน์ (2537) ศึกษาพฤติกรรมกรซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภค
ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการซื้อทั้งเทปเพลงสากล
ลิขสิทธิ์และเทปเพลงสากลละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้บริโภคมีความถี่ในการไปร้านขายเทปเดือนละ 1.3
ครั้ง และใช้ช่วงเวลากการเลือกซื้อเทปในช่วงเวลาที่เทปน่าสนใจออกจำหน่ายในการซื้อเทปเพลง
สากลแต่ละครั้งใช้เงินประมาณ 101-300 บาท ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผลิต
ภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อเทปเพลงสากล
ลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคเทปเพลงสากลในจังหวัด
เชียงใหม่มีทัศนคติต่อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ว่ามีคุณภาพดีกว่าเทปเพลงสากลที่ละเมิดลิขสิทธิ์
จากการศึกษาพบว่า แนวทางในการวางแผนการตลาดสำหรับร้านขายเทปในจังหวัดเชียงใหม่ที่
สำคัญ คือ มีจำนวนเทปให้เลือกมาก ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำ มีการโฆษณาในรายการวิทยุ
และมีผู้ที่สามารถแนะนำในการเลือกซื้อเทปได้

ภูมิพันธ์ บุญนาจเสวี (2531) ได้ศึกษา "วัตถุแห่งลิขสิทธิ์ : ศึกษาธรรมชาติและ
ลักษณะของงาน" โดยมีความมุ่งหมายที่จะศึกษาว่า "งาน" ซึ่งเป็นวัตถุแห่งลิขสิทธิ์มีสภาวะ
"ความเป็น" (BEING) อย่างไร มีรูปร่างหรือไม่อย่างไร มีขั้นตอนในการก่อให้เกิดขึ้นอย่างไรบ้าง
และ "งาน" ที่ว่านั้น มีลักษณะหรือคุณสมบัติอย่างไรกฎหมายจึงจะคุ้มครอง พบว่าการศึกษา
กระบวนการสร้างสรรค์ตามธรรมชาติของงานดังกล่าวนอกจากจะเป็นประโยชน์เพื่อเข้าใจเหตุผล
ของบทบัญญัติอันเป็นเนื้อหาของลิขสิทธิ์ ที่สำคัญที่สุดคือ ทำให้เข้าใจเหตุที่ทำให้กฎหมาย
ลิขสิทธิ์แยกเป็นสองระบบ คือ ระบบลิขสิทธิ์ (COPYRIGHT SYSTEM) และระบบสิทธิของผู้สร้าง
สรรค์ (AUTHOR'S RIGHTS SYSTEM) เป็นต้น ลักษณะของ "งาน" ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ทั้งของ
ประเทศไทยของระบบลิขสิทธิ์ (COPYRIGHT SYSTEM) และของระบบสิทธิของผู้สร้างสรรค์
(AUTHOR'S RIGHTS SYSTEM) ต่างประกอบด้วยลักษณะร่วม และลักษณะเฉพาะเช่นเดียวกัน
ลักษณะร่วม คือ ลักษณะดั้งเดิม (PERSONAL) คือ ทำด้วยตนเอง และลักษณะสร้างสรรค์
(CREATIVE) คือ แสดงให้เห็นความรู้ความสามารถของตนอย่างพอควรในแผนงานที่ตนได้ก่อให้เกิด
ขึ้นนั้น แต่ลักษณะร่วมสองประการนี้ในระบบลิขสิทธิ์ใช้คำว่า ORIGINAL เพียงคำเดียวให้มี

ความหมายครอบคลุมถึงลักษณะรวมทั้งสอง ส่วนลักษณะสร้างสรรค์นั้นกฎหมายให้การคุ้มครองแก่ส่วนสร้างสรรค์งานเดิมโดยทั่วไปจึงมีอยู่จำกัดเฉพาะส่วนที่ผู้สร้างสรรค์ได้ก่อให้เกิดขึ้นเองจริงๆ ไม่รวมส่วนที่ได้อาศัยความรู้หรือข้อเท็จจริงที่นำมาจากผู้อื่นหรือที่เป็นของสาธารณะ

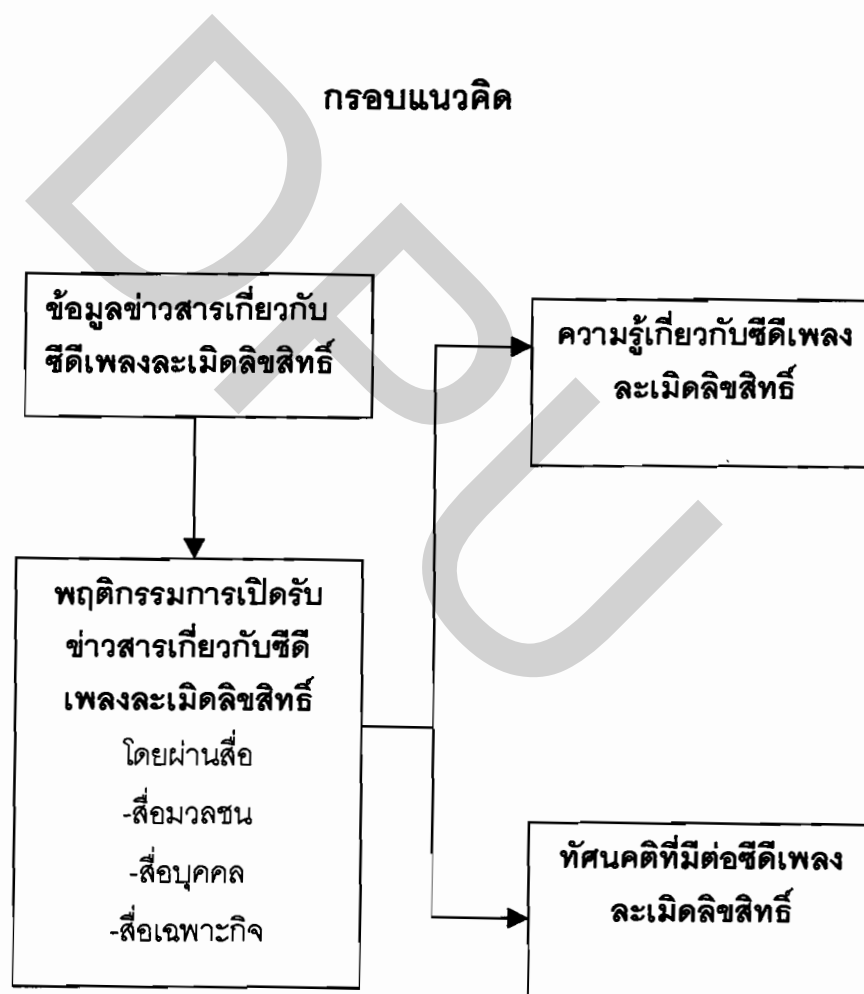
ภัทรดา พินิจคำ (2534) ได้ทำการศึกษาระบบการบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนการใช้ผลงานทางดนตรีกรรมในต่างประเทศ และศึกษาวิเคราะห์ถึงผลที่ได้รับจากการบริหารจัดการเก็บค่าตอบแทนดังกล่าว เพื่อนำมาพิจารณาในการจัดตั้งองค์การบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย จากการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันการให้ความคุ้มครองสิทธิทางเศรษฐกิจของผู้ประพันธ์เพลงไทย ตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายลิขสิทธิ์เพียงอย่างเดียวไม่อาจทำให้ผู้ประพันธ์เพลงได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการที่บุคคลอื่นใช้ประโยชน์ในงานสร้างสรรค์ของตนอย่างเพียงพอ และจากการที่ได้ศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น แสดงให้เห็นว่า การให้ความคุ้มครองด้วยระบบลิขสิทธิ์ และการมีระบบการบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทน โดยมีการควบคุมการดำเนินงานขององค์การดังกล่าว เช่น โดยคณะกรรมการชี้ขาดลิขสิทธิ์ ในประเทศอังกฤษ ทำให้ผู้ประพันธ์เพลงได้รับผลประโยชน์ตอบแทนทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมสำหรับในประเทศไทย การมีระบบลิขสิทธิ์ในระดับสากลและการที่ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจดนตรีได้เริ่มเห็นถึงความสำคัญในการให้ความคุ้มครองคุณค่าทางปัญญามากขึ้น ประกอบกับการมีองค์การดังกล่าวในต่างประเทศหลายแห่งที่สามารถศึกษาเป็นแบบอย่างได้ ประเทศไทยจึงมีความพร้อมและมีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งองค์การบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทน ซึ่งระบบการบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนนี้ จะเป็นแรงจูงใจให้มีการสร้างสรรค์ผลงานดนตรีกรรมมากขึ้น และเป็นการเสริมสร้างธุรกิจเกี่ยวกับดนตรีอย่างเป็นระบบ และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

วิชาญ ธรรมสุจริต (2536) ศึกษาปัญหาการดำเนินคดีละเมิดลิขสิทธิ์ระหว่างประเทศ จากการศึกษาพบว่า มีปัญหาอยู่หลายประการและมีแนวทางแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้ กล่าวคือ ปัญหาบทบัญญัติของกฎหมายเป็นปัญหาสำคัญควรได้รับการแก้ไขโดยบัญญัติให้ชัดเจนขึ้น ปัญหาการนำสืบพยานหลักฐาน ควรจัดเตรียมเอกสารตามที่กฎหมายกำหนดให้ครบถ้วน เพื่อความสะดวกในการสืบพยานหลักฐาน ปัญหาการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ ควรให้เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถจดทะเบียนลิขสิทธิ์ได้โดยไม่บังคับ ซึ่งไม่เป็นการขัดขวางการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์หรือมิได้ส่งผลให้เกิดการระงับไปซึ่งลิขสิทธิ์อันไม่เป็นการขัดแย้งกับหลักการของอนุสัญญาเบอร์น์ ทำให้ประชาชน

สามารถตรวจสอบการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ได้ และปัญหาความล่าช้าในการดำเนินคดี ควรกำหนดประเด็นข้อพิพาทเฉพาะประเด็นสำคัญในคดีและดำเนินคดีด้วยความรวดเร็วเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย อันเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานการวิจัยตามทีกล่าวมาแล้ว

กรอบแนวคิด



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปทั้งชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาวินิจฉัยนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง จากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3,834,002 คน (ที่มา: จาก Website www.bma.go.th ของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2544) ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane โดยเลือกความคลาดเคลื่อนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งขนาดประชากรทั้งหมดมีมากกว่า 100,000 คนขึ้นไป ซึ่งจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างใน 10 เขต จากจำนวนทั้งสิ้น 50 เขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นขนาดที่สามารถใช้แทนประชากรกรุงเทพมหานครได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม โดยในขั้นแรกจะสุ่มตัวอย่างเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งสิ้น 50 เขต โดยจะสุ่มเลือกมาเพียง 10 เขต

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นตอน (Stratified Random Sampling) เริ่มจากการแบ่งเขต โดยใช้วิธีการจับฉลาก จากเขตทั้งหมด 50 เขต และเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 เขต ซึ่งผลการสุ่มตัวอย่างได้ผลดังนี้

1. เขตจตุจักร
2. เขตดอนเมือง
3. เขตดินแดง
4. เขตดุสิต
5. เขตตลิ่งชัน
6. เขตบางเขน

7. เขตบางซื่อ
8. เขตบางพลัด
9. เขตลาดพร้าว
- 10.เขตหลักสี่

เมื่อได้จำนวนครบ 10 เขตแล้ว นำกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่างมาคำนวณให้ได้สัดส่วนตามประชากรในแต่ละเขตตัวแทนจากสูตรดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนทั้งหมดของประชากรในทุกเขตตัวแทน}}$$

จำนวนประชากร 10 เขต มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,415,016 คน

1. เขตจตุจักร	$\frac{400 \times 170,722}{1,415,016}$	=	48.260	ตัวอย่าง
2. เขตดอนเมือง	$\frac{400 \times 148,787}{1,415,016}$	=	42.059	ตัวอย่าง
3. เขตดินแดง	$\frac{400 \times 160,477}{1,415,016}$	=	45.364	ตัวอย่าง
4. เขตดุสิต	$\frac{400 \times 154,158}{1,415,016}$	=	43.577	ตัวอย่าง
5. เขตตลิ่งชัน	$\frac{400 \times 101,251}{1,415,016}$	=	28.621	ตัวอย่าง
6. เขตบางเขน	$\frac{400 \times 172,016}{1,415,016}$	=	48.625	ตัวอย่าง
7. เขตบางซื่อ	$\frac{400 \times 160,107}{1,415,016}$	=	45.259	ตัวอย่าง
8. เขตบางพลัด	$\frac{400 \times 119,480}{1,415,016}$	=	33.774	ตัวอย่าง

9. เขตลาดพร้าว	$400 \times 109,040$	=	30.823	ตัวอย่าง
	1,415,016			
10. เขตหลักสี่	$400 \times 118,978$	=	33.632	ตัวอย่าง
	1,415,016			

แผนการสุ่มตัวอย่าง

จากการคำนวณ สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้ในแต่ละเขตตัวแทน ดังนี้

ชื่อเขต	จำนวนประชากรที่อยู่ในเขต	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้
1. เขตจตุจักร	170,722	48
2. เขตดอนเมือง	148,787	42
3. เขตดินแดง	160,477	45
4. เขตดุสิต	154,158	43
5. เขตตลิ่งชัน	101,251	29
6. เขตบางเขน	172,016	49
7. เขตบางซื่อ	160,107	45
8. เขตบางพลัด	119,480	34
9. เขตลาดพร้าว	109,040	31
10.เขตหลักสี่	118,978	34
รวม	1,415,016	400

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลตามสถานที่ที่ขายเทปและซีดีเพลง เช่น ตามศูนย์การค้า ร้านขายเทปและซีดีเพลงบริเวณสถาบันการศึกษา เป็นต้น โดยเก็บให้ครบ 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยแจกแจงตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน

- ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้
- ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทางสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สมมติฐานที่ 2 : สื่อมวลชนเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ได้มากกว่าสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

- ตัวแปรอิสระ : สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ
- ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ

สมมติฐานที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับความรู้อันหนึ่งของประชาชนต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

- ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- ตัวแปรตาม : ความรู้เกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานที่ 4 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

- ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- ตัวแปรตาม : ทัศนคติเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยที่แบบสอบถามดังกล่าวได้มาจากการค้นคว้า จากแนวคิด และงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่มีผู้เคยทำวิจัยมาก่อน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ
- ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อประเภทต่างๆและความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ
- ตอนที่ 3 เป็นคำถามเพื่อวัดความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- ตอนที่ 5 เป็นคำถามให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนน และกำหนดมาตรฐานในการวัดตัวแปร ในแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ใช่ = 1 คะแนน

ไม่ใช่ = 0 คะแนน

เกณฑ์การจัดกลุ่มระดับความรู้เกี่ยวกับเรื่องซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

คะแนนระหว่าง 1-3 คะแนน หมายถึง มีความรู้ระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 4-6 คะแนน หมายถึง มีความรู้ระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 7-10 คะแนน หมายถึง มีความรู้ระดับสูง

2. ระดับความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

เห็นด้วยอย่างมาก = 5 คะแนน ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ทัศนคติเชิงบวกมาก

เห็นด้วยค่อนข้างมาก = 4 คะแนน ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง ทัศนคติเชิงบวก

เฉยๆ = 3 คะแนน ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ทัศนคติเป็นกลาง

ไม่ค่อยเห็นด้วย = 2 คะแนน ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง ทัศนคติเชิงลบ

ไม่เห็นด้วยเลย = 1 คะแนน ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ทัศนคติเชิงลบมาก

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. ความตรง (Validity)

ทดสอบโดยผู้วิจัยจะได้นำแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรต่างๆ ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เพื่อที่จะได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้เที่ยงตรงระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจริง จำนวน 30 ชุด แล้วนำแบบทดสอบเหล่านั้นมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น

2.1 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ โดยวิธีหาความสอดคล้องภายใน โดยใช้สมการของคูเดอร์ และริชาร์ดสัน (K.R.20) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2536) ซึ่งเหมาะสมกับแบบทดสอบที่คำตอบมีค่าเป็น 1 และ 0 (1 = ตอบถูก และ 0 = ตอบผิด) ดังนี้

$$r_{tt} = [K/(K-1)] * [S_x^2 - pq] / S_x^2$$

เมื่อ	K	= จำนวนข้อของแบบวัดชุดนั้นหรือตอนนั้น
	S_x^2	= ความแปรปรวนของคะแนนรวม
	P	= สัดส่วนของผู้ตอบถูกแต่ละข้อ
	Q	= สัดส่วนของผู้ตอบผิดแต่ละข้อ (t-p)
	r_{tt}	= ค่าความเชื่อมั่น

2.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ใช้สมการสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach ซึ่งเหมาะสมกับแบบทดสอบที่คำตอบมีค่าไม่เป็น 1 และ 0 ดังนี้

$$r_{tt} = [K/(K-1)] * [1 - (S_1^2 / S_x^2)]$$

เมื่อ	K	= จำนวนข้อของแบบวัดชุดนั้น
	S_1^2	= ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S^2	= ความแปรปรวนของคะแนนรวม
	r_{tt}	= ค่าความเชื่อมั่น

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) พบว่า

ความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.76
ทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.84

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

1.แบบการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลโดยตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์
- การเปิดรับสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- ความรู้ในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.แบบการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ค่าไคสแควร์ เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทางสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์กับความรู้ที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

- ทดสอบโดยใช้การหา One-way Anova เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลแล้วนำมาทำการลงรหัส (Coding) แล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSSPC

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์” ครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จาก 50 เขตที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 3,834,002 คน

โดยจะทำการเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการแจกแจงลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการแจกแจงพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง
3. ผลการทดสอบระดับความรู้เกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง
4. ผลการแจกแจงทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง
5. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการแจกแจงลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 1 - 5

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	158	39.5
หญิง	242	60.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงถึง 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเป็นชาย 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	114	28.5
21-25 ปี	133	33.3
26-30 ปี	64	16.0
31-35 ปี	32	8.0
36-40 ปี	25	6.3
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองมาคือ ช่วงอายุ น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และ น้อยที่สุดคือ 36-40 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา	56	14.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	36	9.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	266	66.5
สูงกว่าปริญญาตรี	42	10.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองมาคือ ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ น้อยที่สุดคือ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	207	51.8
รับจ้างในภาคเอกชน/พนักงานบริษัท	49	12.3
รับจ้างในภาครัฐราชการ/ข้าราชการ	69	17.3
รับจ้างในภาครัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	11.0
อาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัว	30	7.5
อื่นๆ	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น นักเรียนนักศึกษา จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองมาคือ รับจ้างในภาคราชการ/ข้าราชการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ น้อยที่สุดคือ อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ส่วนอาชีพอื่นๆ จำนวน 1 คน คือ ว่างงาน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	149	37.3
5,001 - 10,000 บาท	120	30.0
10,001 - 15,000 บาท	69	17.3
15,001 - 20,000 บาท	28	7.0
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	34	8.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้คือ ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองมาคือ 5,001-10,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และ น้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 15,001-20,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

2. ผลการแจกแจงพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 6 - 11

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน

ประเภทของสื่อมวลชน	ทุกวัน		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อเดือน		ไม่เคยได้รับเลย		รวม	
	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย
	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ
โทรทัศน์	125	31.3	121	30.3	79	19.8	54	13.5	21	5.3	400	100.0
วิทยุ	128	32.0	108	27.0	55	13.8	56	14.0	53	13.3	400	100.0
หนังสือพิมพ์	72	18.0	101	25.3	76	19.0	89	22.3	62	15.5	400	100.0

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทุกวัน พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และน้อยที่สุดคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และน้อยที่สุดคือ สื่อวิทยุ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน 2-3 ครั้งต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด

จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และน้อยที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนเลย พบว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และน้อยที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล

ประเภทของสื่อบุคคล	ทุกวัน		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อเดือน		ไม่เคยได้รับเลย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	4	1.0	17	4.3	28	7.0	38	9.5	313	78.3	400	100.0
เพื่อน	24	6.0	54	13.5	50	12.5	105	26.3	167	41.8	400	100.0
แฟน/คู่อรัก	14	3.5	27	6.8	20	5.0	47	11.8	292	73.0	400	100.0
ญาติ/พี่น้อง	5	1.3	17	4.3	32	8.0	63	15.8	283	70.8	400	100.0
อื่นๆ	1	0.3	-	-	-	-	4	1.0	395	98.8	400	100.0

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลทุกวัน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 รองลงมาคือ แฟน/คู่อรัก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และน้อยที่สุดคือบุคคลอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงมาคือ แฟน/คู่อรัก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และน้อยที่สุดคือบิดา/มารดาและญาติ/พี่น้องเท่ากัน คือจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ ญาติ/พี่น้อง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และน้อยที่สุดคือแฟน/คูรััก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล 2-3 ครั้งต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ ญาติ/พี่น้อง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และน้อยที่สุดคือบุคคลอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลเลย พบว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ มากที่สุด จำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.8 รองลงมาคือ บิดา/มารดา จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 และน้อยที่สุดคือ เพื่อน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจ

ประเภทของสื่อเฉพาะกิจ	ทุกวัน		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อเดือน		ไม่เคยได้รับเลย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โปสเตอร์	28	7.0	43	10.8	77	19.3	76	19.0	176	44.0	400	100.0
อินเทอร์เน็ต	30	7.5	50	12.5	61	15.3	67	16.8	192	48.0	400	100.0
การเดินทางบนรถรางค์	4	1.0	14	3.5	16	4.0	86	21.5	280	70.0	400	100.0

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจทุกวัน พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และน้อยที่สุดคือ การเดินขบวนรณรงค์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อเฉพาะกิจ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และน้อยที่สุดคือ การเดินขบวนรณรงค์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อเฉพาะกิจ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากไปสเตอร์มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และน้อยที่สุดคือ การเดินขบวนรณรงค์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อเฉพาะกิจ 2-3 ครั้งต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากการเดินขบวนรณรงค์ มากที่สุด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และน้อยที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจเลย พบว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารจากการเดินขบวนรณรงค์มากที่สุด จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และน้อยที่สุดคือ ไปสเตอร์ จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของประเภทของรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อโทรทัศน์

ประเภทของรายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	163	40.8
รายการเพลง	170	42.5
รายการโฆษณาเพื่อสังคม	33	8.3
ละคร	5	1.3
รายการวาไรตี้โชว์	5	1.3
รายการทอล์คโชว์	5	1.3
อื่นๆ	1	0.3
ไม่เคยได้รับเลย	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าแหล่งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ คือ รายการเพลง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองมาคือ รายการข่าว จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 และ น้อยที่สุดคือ รายการอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของประเภทของรายการวิทยุเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อวิทยุ

ประเภทของรายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	100	25.0
รายการเพลง	187	46.8
สพอทโฆษณา	61	15.3
อื่นๆ	3	0.8
ไม่เคยได้รับเลย	49	12.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าแหล่งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางสื่อวิทยุส่วนใหญ่ คือ รายการเพลง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองมาคือ ข่าว จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และ น้อยที่สุดคือ รายการอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

ประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวหน้า 1	117	29.3
สังคม	16	4.0
เศรษฐกิจ	31	7.8
บันเทิง	180	45.0
การศึกษา	1	0.3
อื่นๆ	-	-
ไม่เคยได้รับเลย	55	13.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าแหล่งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ว่าส่วนใหญ่ คือ บันเทิง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองมาคือ ข่าวหน้า 1 จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ น้อยที่สุดคือ การศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

3. ผลการแจกแจงความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนที่ตอบถูกและตอบผิดในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	ถูก	ผิด	รวม
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย	396(99.0)	4(1.0)	400(100)
ลิขสิทธิ์หมายถึง ผลงานที่เกิดจากความคิดของบุคคลหนึ่ง	378(94.5)	22(5.5)	400(100)
MP3 ที่บรรจุในแผ่นซีดี ไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์	334(83.5)	66(16.5)	400(100)
MP3 สามารถบรรจุเพลงได้ 200 เพลงในแผ่นเดียวกัน	362(90.5)	38(9.5)	400(100)
บรรจุภัณฑ์ระหว่างซีดีที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์กับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีลักษณะแตกต่างกัน	364(91.0)	36(9.0)	400(100)
การวางจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จะมีวางจำหน่ายตามแผงลอยทั่วไป	316(79.0)	84(21.0)	400(100)
ลักษณะการวางจำหน่ายของซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ตัวแผ่นซีดีจะไม่ถูกบรรจุอยู่ในกล่องซีดีด้วย	343(85.8)	57(14.3)	400(100)
การจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งถูกกฎหมาย	357(89.3)	43(10.8)	400(100)
ผู้สร้างสรรค์ผลงานอันมีลิขสิทธิ์ คือ ผู้ที่สร้างสรรค์งานขึ้นใหม่ โดยไม่ได้ลอกเลียนแบบใคร	373(93.3)	27(6.8)	400(100)
ปัจจุบันได้มีการร่างพ.ร.บ.ควบคุมการผลิตผลิตภัณฑ์ซีดี	345(86.3)	55(13.8)	400(100)

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นซีดีที่ผิดกฎหมาย ได้ถูกต้องมากที่สุด โดยมีผู้ตอบถูกจำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 99 รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์หมายถึง ผลงานที่เกิดจากความคิดของบุคคลหนึ่ง โดยมีผู้ตอบถูกจำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 ส่วนข้อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบถูกน้อยที่สุด คือ

ความรู้เกี่ยวกับการวางจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จะมีวางจำหน่ายตามแผนกย่อยทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 79

ความรู้ต่างๆ ข้างต้นนั้น เมื่อนำมาจัดระดับความรู้เกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จะได้ผลตามรายละเอียดดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
สูง	343	85.8
ปานกลาง	56	14.0
ต่ำ	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในระดับสูง

4. ผลการแจกแจงทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เห็นด้วยเลย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยมาก	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
การซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการประหยัดเงินผู้ซื้อ	24 (6.0)	18 (4.5)	65 (16.3)	150 (37.5)	143 (35.8)	3.93	ทัศนคติเชิงบวก
ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีที่ถูกกฎหมาย	54 (13.5)	98 (24.5)	146 (36.5)	73 (18.3)	29 (7.3)	2.81	ทัศนคติเป็นกลาง
ท่านคิดว่าการซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	9 (2.3)	15 (3.8)	68 (17.0)	148 (37.0)	160 (40.0)	4.09	ทัศนคติเชิงบวก
ท่านคิดว่าการจำหน่ายซีดีละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	7 (1.8)	17 (4.3)	58 (14.5)	180 (45.0)	138 (34.5)	4.06	ทัศนคติเชิงบวก
ท่านคิดว่าซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4 (1.0)	10 (2.5)	49 (12.3)	150 (37.5)	187 (46.8)	4.27	ทัศนคติเชิงบวกมาก
ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	2 (0.5)	19 (4.8)	87 (21.8)	160 (40.0)	132 (33.0)	4.00	ทัศนคติเชิงบวก
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการซื้อ	7 (1.8)	10 (2.5)	78 (19.5)	173 (43.3)	132 (33.0)	4.03	ทัศนคติเชิงบวก
ท่านเห็นควรให้มีการลดราคาซีดีที่ถูกกฎหมายลง เพื่อจะได้ป้องกันการหันไปซื้อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	3 (0.8)	5 (1.3)	13 (3.3)	63 (15.8)	316 (79.0)	4.71	ทัศนคติเชิงบวกมาก
รวม						3.98	ทัศนคติเชิงบวก

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในระดับที่เห็นด้วยค่อนข้างมากและมีทัศนคติในเชิงบวก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกมากในข้อการเห็นควรให้มีการลดราคาซีดีที่ถูกกฎหมายลงเพื่อจะได้ป้องกันการหันไปซื้อ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.71 รองลงมาคือข้อ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป ด้วยค่าเฉลี่ย 4.27 และมีทัศนคติเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์น้อยที่สุดในข้อคุณภาพเสียงของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่คุณภาพเทียบเท่าซีดีที่ถูกกฎหมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.81

5. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

H1 : เพศมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์	χ^2	df	Sig. (2-sided)
	0.870	4	0.929

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.929 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

ตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	4.633	4	0.327

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.327 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ	X ²	df	Sig.(2-sided)
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์	8.736	4	0.068

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	4.698	4	0.320

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.320 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับเพื่อน	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	5.821	4	0.213

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.213 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก	X ²	df	Sig.(2-sided)
	3.975	4	0.409

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.409 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.7 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก

สื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง	X ²	df	Sig.(2-sided)
	1.650	4	0.800

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.800 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.8 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	1.727	4	0.422

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.422 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.9 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะ กิจจากโปสเตอร์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	5.252	4	0.262

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.262 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.10 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจาก อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ	X ²	df	Sig.(2-sided)
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต	2.126	4	0.713

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.713 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.11 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจาก การเดินขบวนรณรงค์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	0.395	4	0.983

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.983 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.12 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภท ของรายการโทรทัศน์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	7.357	7	0.393

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.393 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.12 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
จากประเภทของรายการวิทยุ
สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
ประเภทของรายการวิทยุ

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภท
ของรายการวิทยุ

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภท ของรายการวิทยุ	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	7.669	4	0.104

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.104 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.13 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	4.633	4	0.084

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.14 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

H1 : อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	64.336	20	0.000

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.15 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน ทางวิทยุ	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	77.201	20	0.000

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.16 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด
ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ
มวลชนทางหนังสือพิมพ์

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ
มวลชนทางหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน ทางหนังสือพิมพ์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	38.846	20	0.007

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.17 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

ตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา	X ²	df	Sig.(2-sided)
	39.514	20	0.006

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.18 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	17.290	20	0.634

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.634 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.19 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	17.763	20	0.603

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.603 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.20 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง
สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	24.177	20	0.235

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.235 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.21 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

ตารางที่ 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	48.458	10	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.22 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

ตารางที่ 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	46.466	20	0.001

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจทางโปสเตอร์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.23 อายุมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะ กิจจากอินเทอร์เน็ต	X ²	df	Sig.(2-sided)
	42.778	20	0.002

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจทางอินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.24 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

ตารางที่ 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะ กิจจากการเดินขบวนรณรงค์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	36.603	20	0.013

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจทางการเดินทางบินขบวนรถต่าง ๆ ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.25 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์	X^2	df	Sig.(2-sided)
	116.121	35	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.26 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

ตารางที่ 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	80.164	20	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.27 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

H1 : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภท ของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	66.940	25	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
นั่นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อายุที่แตก
ต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ใน
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.28 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด
ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์
สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
สื่อมวลชนทางโทรทัศน์

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ
มวลชนทางโทรทัศน์

ตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน ทางโทรทัศน์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	10.723	12	0.553

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.553 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.29 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

ตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	11.385	12	0.496

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.496 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.30 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	16.850	12	0.155

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.31 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

ตารางที่ 46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา	X^2	df	Sig.(2-sided)
	15.207	12	0.230

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.230 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.32 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน
สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน	X^2	df	Sig.(2-sided)
	20.968	12	0.051

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.33 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัก

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัก

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัก

ตารางที่ 48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัก	X ²	df	Sig.(2-sided)
	13.671	12	0.322

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.322 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.34 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

H_1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

ตารางที่ 49 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	9.002	12	0.703

ผลที่ได้จากตารางโดยให้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.703 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.35 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

H_1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับมี พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

ตารางที่ 50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	2.511	6	0.863

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.863 ซึ่งมากกว่า 0.05
นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษา
ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูด
คุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.36 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด
ลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
สื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ
เฉพาะกิจจากโปสเตอร์

ตารางที่ 51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะ กิจจากโปสเตอร์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	6.453	12	0.892

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.892 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.37 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 52 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต	X ²	df	Sig.(2-sided)
	10.920	12	0.536

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.38 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

ตารางที่ 53 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	9.069	12	0.697

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.697 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.39 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 54 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์	X^2	df	Sig.(2-sided)
	42.710	21	0.003

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.40 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
จากประเภทของรายการวิทยุ

H_1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
จากประเภทของรายการวิทยุ

ตารางที่ 55 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ	X^2	df	Sig.(2-sided)
	38.014	12	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.41 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 56 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	14.158	15	0.469

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.469 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.42 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์

ตารางที่ 57 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	72.680	20	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.43 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

ตารางที่ 58 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	72.680	20	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.44 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 59 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	38.287	20	0.008

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.45 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

ตารางที่ 60 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา	X ²	df	Sig.(2-sided)
	31.739	20	0.046

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.46 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 61 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	34.005	20	0.026

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.47 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

ตารางที่ 62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักร่วมกันตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักร่วมกัน	X ²	df	Sig.(2-sided)
	21.455	20	0.371

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.371 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น พบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักร่วมกันไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.48 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง
สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

ตารางที่ 63 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องร่วมกันตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักร่วมกัน	X ²	df	Sig.(2-sided)
	24.339	20	0.228

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.228 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.49 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับมี พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

ตารางที่ 64 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	12.345	10	0.263

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.263 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.50 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

ตารางที่ 65 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	30.630	20	0.060

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.51 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 66 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต	X ²	df	Sig.(2-sided)
	31.089	20	0.054

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.054 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.52 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจาก การเดินขบวนรณรงค์ สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

ตารางที่ 67 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	19.060	20	0.518

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.518 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.53 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 68 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	103.886	35	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.54 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ

ตารางที่ 69 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	63.134	20	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.55 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

H1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 70 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยว กับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก ประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	50.018	25	0.002

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของ คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.56 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์
สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
สื่อมวลชนทางโทรทัศน์

H_1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ
มวลชนทางโทรทัศน์

ตารางที่ 71 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยว กับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ มวลชนทางโทรทัศน์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	33.113	16	0.007

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.57 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ

ตารางที่ 72 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	51.667	16	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.58 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 73 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	25.064	16	0.069

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.069 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.59 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา

ตารางที่ 74 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา	X ²	df	Sig.(2-sided)
	14.939	16	0.529

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.529 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.60 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน
สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน

ตารางที่ 75 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน	X ²	df	Sig.(2-sided)
	19.397	16	0.249

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.249 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.61 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก

ตารางที่ 76 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรััก	X ²	df	Sig.(2-sided)
	17.144	16	0.376

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.376 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.62 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

ตารางที่ 77 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง	X ²	df	Sig.(2-sided)
	13.209	16	0.312

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.312 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.63 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้อง

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ

ตารางที่ 78 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ	X^2	df	Sig.(2-sided)
	14.425	8	0.071

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.64 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์
สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
สื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์

H_1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อ
เฉพาะกิจจากโปสเตอร์

ตารางที่ 79 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์	X^2	df	Sig.(2-sided)
	21.865	16	0.148

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.148 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปรสเตอร์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.65 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 80 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	21.950	16	0.145

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.145 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.66 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์

ตารางที่ 81 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	12.751	16	0.691

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.691 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.67 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 82 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยว กับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก ประเภทของรายการโทรทัศน์	X^2	df	Sig.(2-sided)
	77.329	28	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.68 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุ
สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
ประเภทของรายการวิทยุ

H_1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก
ประเภทของรายการวิทยุ

ตารางที่ 83 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลง
ละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยว กับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จาก ประเภทของรายการวิทยุ	X^2	df	Sig.(2-sided)
	59.160	16	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 1.68 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 84 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์	X ²	df	Sig.(2-sided)
	53.892	20	0.000

ผลที่ได้จากตารางโดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์กับความรู้	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	12.535	8	0.129

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.129 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุกับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุกับความรู้	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	13.057	8	0.110

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์กับความรู้	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	10.409	8	0.237

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.237 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดา กับความรู้	X ²	df	Sig.(2-sided)
	6.393	8	0.603

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.603 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนกับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนกับความรู้	χ^2	df	Sig.(2-sided)
	10.138	8	0.255

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.255 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักกับความรู้อ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	8.501	8	0.386

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.386 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รักไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.7 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องมีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องมีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องกับความรู้อ	X ²	df	Sig.(2-sided)
	2.135	8	0.970

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.970 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติพี่น้องไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.8 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ กับความรู้	X ²	df	Sig.(2-sided)
	0.578	4	0.965

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.965 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2.9 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์กับความรู้	X ²	df	Sig.(2-sided)
	12.685	8	0.123

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.123 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 3.10 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานทางสถิติ

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตกับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ	X^2	df	Sig.(2-sided)
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตกับความรู้อ	17.250	8	0.028

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 3.11 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์มีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์มีความสัมพันธ์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ตารางที่ 95 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์กับความรู้อของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ	X^2	df	Sig.(2-sided)
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์กับความรู้อ	31.256	8	0.000

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ Chi-Square พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานที่ 4.1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ต่างกัน
สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ต่างกัน

ตารางที่ 96 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นภาระห่วยห่วยเงินผู้ซื้อ	4.33	0.73	3.67	1.24	4.19	1.00	3.83	1.14	3.89	1.11	2.840	0.024
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีที่ถูกกฎหมาย	3.19	1.12	2.50	1.19	2.94	0.90	2.83	1.00	2.78	1.25	1.989	0.095
ท่านคิดว่า การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.00	1.05	3.94	1.19	4.00	0.88	4.11	0.96	4.20	0.87	0.954	0.433
ท่านคิดว่า การจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.00	0.84	4.04	0.95	4.05	0.83	4.01	0.98	4.14	0.87	0.400	0.808
ท่านคิดว่า ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.10	0.89	4.41	0.88	4.27	0.67	4.24	0.86	4.26	0.91	0.626	0.544
ท่านเห็นควรมีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	3.90	0.83	4.04	0.91	3.99	0.79	3.93	0.90	4.09	0.93	0.607	0.658
ท่านคิดว่า ควรมีการลงโทษกับนักที่ซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	3.95	0.97	4.02	1.02	3.97	0.80	3.99	0.84	4.13	0.91	0.556	0.695
ท่านเห็นควรมีการตรวจราคาซีดีที่ถูกกฎหมาย เพื่อจะได้ป้องกันการหันไปซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.90	0.30	4.56	0.98	4.77	0.55	4.71	0.61	4.70	0.64	1.375	0.242
รวม	4.0476	0.5354	3.8958	0.5541	4.0222	0.3754	3.9566	0.4640	4.0240	0.4575	1.056	0.378

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.378 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน
สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 97 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับ

ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นทางเลือกประหยัดเงินผู้ซื้อ	3.83	1.16	3.79	1.20	4.00	1.19	4.02	1.02	3.91	1.10	0.570	0.685
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีที่ถูกต้องกฎหมาย	2.91	1.24	2.52	1.11	3.05	0.99	2.79	0.95	2.82	1.20	1.773	0.134
ท่านคิดว่าการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเชิงที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.15	1.01	3.80	1.35	3.96	0.92	4.03	0.91	4.29	0.72	3.105	0.016
ท่านคิดว่ากาจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.06	0.93	4.00	1.13	3.82	0.96	3.99	0.83	4.26	0.79	2.790	0.026
ท่านคิดว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.34	0.92	4.39	0.78	4.05	0.87	4.18	0.85	4.34	0.81	1.878	0.114
ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องกาจำหน่ายเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	4.17	0.87	4.02	0.96	3.85	0.91	3.78	0.92	4.18	0.77	3.996	0.003
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันกาซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	4.15	0.99	3.91	1.00	3.95	0.76	3.93	0.86	4.16	0.85	1.747	0.139
ท่านเห็นควรให้มีการตราค่าซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายลงเพื่อจะได้ป้องกันกาหนีไปซื้อ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.70	0.72	4.64	0.84	4.75	0.64	4.77	0.61	4.68	0.60	0.465	0.762
รวม	4.0377	0.5221	3.8839	0.5440	3.9295	0.3907	3.9340	0.4365	4.0811	0.4371	2.782	0.027

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นก็คือ ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 98 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นภาพประหัตประหารของผู้ซื้อ	3.95	1.18	3.82	1.11	4.25	1.03	3.88	1.05	3.75	1.17	2.344	0.054
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีเพลงที่ถูกต้อง	2.90	1.17	2.62	1.07	3.04	0.93	2.70	1.08	2.89	1.26	1.941	0.103
ท่านคิดว่า การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและมีกฎหมาย	4.23	0.98	3.89	1.12	4.00	0.85	4.17	0.92	4.19	0.85	1.871	0.115
ท่านคิดว่า การจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นภาพบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.26	0.79	4.08	0.96	3.92	0.92	4.02	0.98	4.08	0.78	1.269	0.281
ท่านคิดว่า ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.42	0.71	4.33	0.88	4.24	0.75	4.20	0.92	4.18	0.89	0.995	0.410
ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องกานำเข้าเครื่องผลิตซีดีไม่มากกว่าเดิม	4.05	0.93	3.78	0.97	3.96	0.81	4.06	0.85	4.21	0.82	2.669	0.032
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกัน การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น	4.19	0.90	3.85	0.95	3.97	0.82	4.03	0.89	4.18	0.83	2.027	0.090
ท่านเห็นควรให้มีการลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายเพื่อจะได้ป้องกัน การหันไปซื้อ ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.84	0.45	4.58	0.85	4.76	0.59	4.73	0.65	4.67	0.063	1.633	0.165
รวม	4.1048	0.4094	3.8680	0.4987	4.0181	0.4305	3.9740	0.4858	4.0191	0.4409	2.707	0.030

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับกับบิดา/มารดา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับกับบิดา/มารดาที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับกับบิดา/มารดา ที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 99 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดามารดา

มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเคย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นทางเลือกประหยัดเงินผู้ซื้อ	4.00	1.12	3.68	1.04	3.57	1.07	3.47	1.01	4.50	0.58	2.554	0.039
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีที่ถูกกฎหมาย	2.87	1.12	2.39	0.89	2.64	1.10	2.88	1.22	3.25	1.26	1.912	0.108
ท่านคิดว่าการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.06	0.95	4.08	1.00	4.25	1.04	4.41	0.80	4.00	1.41	0.773	0.543
ท่านคิดว่าการจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นทางเลือกนอกระบบกฎหมาย	4.05	0.88	4.05	1.01	4.21	0.99	3.94	0.97	4.25	0.96	0.323	0.863
ท่านคิดว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.24	0.81	4.34	1.07	4.46	0.79	4.29	0.69	3.75	1.89	0.901	0.463
ท่านเห็นควรมีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้มากกว่าเดิม	3.95	0.88	4.21	0.84	4.07	1.05	4.29	0.69	4.50	0.58	1.640	0.163
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการใช้ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ไม่มากยิ่งขึ้น	3.97	0.89	4.18	0.93	4.18	0.90	4.47	0.62	4.50	0.58	2.191	0.069
ท่านเห็นควรมีการลดราคาซีดีที่ถูกกฎหมายลง เพื่อจะได้ป้องกันกาหันไปซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.72	0.65	4.68	0.70	4.64	0.83	4.71	0.47	4.75	0.50	0.104	0.981
รวม	3.9832	0.4558	3.9539	0.4608	4.0045	0.5748	4.0588	0.3779	4.1875	0.7108	0.350	0.844

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.844 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับกับบิดา/มารดาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 100 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชีวิตที่เพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อน
มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อชีวิตที่เพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเคย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการประหยัดเงินผู้ซื้อ	4.13	1.14	3.86	1.04	3.92	1.01	3.59	1.06	3.54	1.28	3.546	0.007
ชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับชีวิตเพลงที่ถูกต้องหมาย	2.99	1.11	2.63	1.07	2.70	1.09	2.83	1.08	2.54	1.25	2.372	0.052
ท่านคิดว่าการซื้อชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.07	0.93	3.94	1.05	4.16	0.91	4.26	0.94	4.29	0.86	1.394	0.235
ท่านคิดว่าการจำหน่ายชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นภาระบนทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.02	0.93	4.06	0.91	4.18	0.87	4.11	0.88	4.04	0.86	0.354	0.841
ท่านคิดว่าชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.17	0.83	4.29	0.86	4.48	0.71	4.33	0.78	4.25	1.15	1.481	0.207
ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตชีวิตให้มากกว่าเดิม	3.97	0.82	3.92	0.95	4.14	0.86	3.98	1.05	4.33	0.56	1.415	0.228
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการซื้อชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	3.99	0.91	3.90	0.89	4.12	0.87	4.11	0.88	4.54	0.51	2.922	0.021
ท่านเห็นควรให้มีการตรวจราคาชีวิตเพลงที่ถูกกฎหมายลงเพื่อจะได้ป้องกันการทำชีวิตเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.72	0.77	4.65	0.55	4.86	0.40	4.67	0.75	4.71	0.46	0.942	0.440
รวม	4.0075	0.4902	3.9060	0.4116	4.0700	0.4135	3.9861	0.5368	4.0313	0.3835	1.345	0.253

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.253 มากกว่า 0.05 นั้น พบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 101 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการมีรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คู่รัก

มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นทางเลือกสำหรับผู้ซื้อ	4.00	1.17	4.02	0.79	3.45	1.05	3.56	1.01	3.50	0.85	2.598	0.036
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียเปรียบเท่ากับซีดีที่ถูกกฎหมาย	2.84	1.11	2.66	1.05	2.60	1.14	2.81	1.14	3.07	1.07	0.640	0.634
ท่านคิดว่าการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.06	0.95	4.11	1.01	4.00	1.17	4.26	0.81	4.43	0.94	0.774	0.543
ท่านคิดว่าการจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.04	0.93	4.21	0.78	4.25	0.85	3.81	0.96	4.29	0.61	1.322	0.261
ท่านคิดว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.23	0.85	4.32	0.84	4.55	0.69	4.26	0.81	4.36	1.08	0.765	0.548
ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องเล่นซีดีให้มากกว่าเดิม	3.91	0.86	4.13	0.97	4.30	0.92	4.19	0.92	4.64	0.50	3.738	0.005
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	3.98	0.85	4.11	1.09	4.15	0.93	4.07	0.87	4.64	0.50	2.136	0.076
ท่านเห็นควรให้มีการลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายลง เพื่อให้ได้เปรียบกับภาวการณ์ซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.73	0.67	4.64	0.64	4.65	0.75	4.67	0.68	4.64	0.50	0.330	0.858
รวม	3.9739	0.4542	4.0239	0.5138	3.9938	0.4703	3.9537	0.4868	4.1964	0.4294	0.883	0.474

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.474 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น พบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรักไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.7 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 102 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติพี่น้องที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นภาระประหยัดเงินผู้ซื้อ	3.98	1.15	3.94	0.86	3.56	1.11	3.65	1.32	3.80	0.84	1.325	0.260
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีที่ถูกกฎหมาย	2.89	1.10	2.60	1.01	2.72	1.22	2.71	1.36	1.80	0.45	2.112	0.079
ท่านคิดว่า การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.06	0.97	4.10	0.95	4.13	1.07	4.47	0.62	4.20	0.84	0.783	0.537
ท่านคิดว่า การจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.02	0.89	4.19	0.91	4.03	1.09	4.29	0.69	4.00	0.71	0.733	0.570
ท่านคิดว่า ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานตกต่ำลงใจที่จะทำงานต่อไป	4.19	0.87	4.43	0.73	4.38	0.87	4.65	0.61	4.40	0.89	2.206	0.068
ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	3.95	0.87	4.08	0.94	4.06	1.01	4.35	0.79	4.40	0.55	1.320	0.262
ท่านคิดว่า ความสำเร็จของนักดนตรีซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่าง ๆ นั้นมากยิ่งขึ้น	3.98	0.89	4.14	0.88	4.13	0.94	4.29	0.69	4.40	0.55	1.218	0.303
ท่านเห็นควรให้มีการตรวจราคาซีดีที่ถูก กฎหมายลง เพื่อจะได้ป้องกันการทำกำไรซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.70	0.69	4.76	0.59	4.69	0.69	4.71	0.47	4.80	0.45	0.146	0.965
รวม	3.9717	0.4809	4.0298	0.3653	3.9609	0.5336	4.1397	0.3850	3.9750	0.3236	0.696	0.595

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.595 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (Ho) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.8 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

Ho: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นที่แตกต่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 103 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคข้าวสารเกี่ยวกับชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์ถือเป็นการประหยัดเงินมีชื่อเสียง	3.92	1.12	4.00	0.00	-	-	-	-	4.00	0.00	0.011	0.989
ชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับชนิดเพลงที่ถูกต้องกฎหมาย	2.82	1.11	2.25	0.96	-	-	-	-	2.00	0.00	0.795	0.452
ท่านคิดว่ากาซื้อชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.08	0.96	4.25	0.50	-	-	-	-	5.00	0.00	0.514	0.599
ท่านคิดว่ากาจำหน่ายชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.06	0.91	4.25	0.50	-	-	-	-	4.00	0.00	0.089	0.915
ท่านคิดว่าชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.26	0.85	4.50	0.58	-	-	-	-	5.00	0.00	0.539	0.584
ท่านเห็นควรมีการเข้มงวดเรื่องกาจำหน่ายเครื่องเล่นชนิดดีดีไน่มากกว่าเดิม	4.00	0.89	4.25	0.50	-	-	-	-	3.00	0.00	0.796	0.452
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันกาซื้อชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสิ่งต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	4.03	0.89	4.25	0.50	-	-	-	-	5.00	0.00	0.723	0.486
ท่านเห็นควรมีการลดราคาชนิดเพลงที่ถูกกฎหมายลงเพื่อจะได้ป้องกันกาหันไปซื้อ ชนิดเพลงละเมอดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.71	0.66	4.25	0.50	-	-	-	-	5.00	0.00	1.072	0.343
รวม	3.9867	0.4661	4.0000	0.1768	-	-	-	-	4.1250	0.00	0.046	0.955

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.995 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.9 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 104 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากไปสเตรมีมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์ถือเป็นการประหยัดเงินผู้ซื้อ	3.97	1.14	3.74	1.06	3.99	0.95	3.91	1.17	4.00	1.39	0.713	0.583
ชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับชีวิตเพลงที่ถูกกฎหมาย	2.89	1.16	2.58	1.04	2.95	1.04	2.77	1.07	2.68	1.19	1.457	0.215
ท่านคิดว่าการซื้อชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและมีกฎหมาย	4.04	0.95	4.01	1.01	4.12	0.89	4.14	1.04	4.43	0.92	1.163	0.326
ท่านคิดว่าการจำหน่ายชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.06	0.87	4.14	0.84	4.08	0.91	3.91	0.97	4.14	1.11	0.551	0.699
ท่านคิดว่าชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.23	0.83	4.36	0.80	4.21	0.83	4.23	0.81	4.43	1.10	0.646	0.630
ท่านเห็นควรมีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	4.02	0.82	3.95	0.95	3.87	0.91	4.02	0.96	4.39	0.83	1.898	0.110
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการใช้ชีวิตเพลงละเมียดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	4.02	0.88	3.87	0.93	4.10	0.75	4.00	1.00	4.39	0.88	1.978	0.097
ท่านเห็นควรมีการลดราคาซีดีที่ถูกกฎหมายลง เพื่อจะได้ป้องกันการแข่งขัน	4.78	0.64	4.67	0.68	4.65	0.56	4.72	0.67	4.54	0.92	1.191	0.314
รวม	3.9993	0.4741	3.9145	0.5108	3.9951	0.3491	3.9622	0.4868	4.1250	0.4942	1.155	0.330

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.330 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.10 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 105 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการประหยัดเงินผู้ซื้อ	3.88	1.18	3.97	1.09	3.90	1.12	4.04	0.78	4.00	1.23	0.297	0.880
ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบเท่ากับซีดีเพลงที่ถูกต้อง	2.86	1.14	2.66	1.09	2.75	0.96	2.96	1.03	2.73	1.31	0.718	0.580
ถูกกฎหมาย												
ท่านคิดว่าการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.05	0.99	3.88	1.09	4.36	0.68	4.14	0.83	4.17	0.99	2.225	0.066
ท่านคิดว่าการจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.08	0.88	4.04	0.88	4.05	0.86	4.16	0.79	3.83	1.29	0.662	0.619
ท่านคิดว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.27	0.82	4.21	0.93	4.26	0.66	4.36	0.75	4.20	1.21	0.277	0.893
ท่านเห็นควรมีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	4.01	0.89	3.85	1.02	4.02	0.81	3.98	0.80	4.30	0.79	1.358	0.248
ท่านคิดว่าควรมีการลงโทษกับผู้ขายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น	4.01	0.89	3.85	1.02	4.02	0.81	3.98	0.80	4.30	0.79	1.733	0.142
ท่านเห็นควรมีการลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายลงเพื่อจะได้ป้องกันการทำไปซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.75	0.66	4.76	0.68	4.72	0.61	4.60	0.53	4.50	0.90	1.389	0.237
รวม	3.9889	0.4736	3.9104	0.5373	4.0184	0.3965	4.0275	0.3502	4.0167	0.5188	0.652	0.626

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.626 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นก็คือ พบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4.11 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

H_0 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 106 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินทางบนรถยนต์

มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์

	ไม่เคยได้รับเลย		2-3 ครั้งต่อเดือน		1 ครั้งต่อสัปดาห์		2-3 ครั้งต่อสัปดาห์		ทุกวัน		F	Sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
การซื้อซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์ถือเป็นภาระหนักสำหรับผู้ซื้อ	3.96	1.13	3.79	1.09	3.94	1.06	3.86	1.17	4.25	0.96	0.497	0.738
ซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเท่ากับซีดีเพลงที่ถูกกฎหมาย	2.91	1.10	2.53	1.13	2.81	0.83	2.43	1.09	3.50	1.29	2.717	0.030
ท่านคิดว่าการซื้อซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย	4.12	0.92	4.12	1.02	3.88	0.96	3.50	1.16	4.00	0.82	1.640	0.163
ท่านคิดว่าท่านจ่ายซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์เป็นการรับพอนอุตสาหกรรมเพลงไทย	4.07	0.91	4.20	0.82	4.00	0.97	3.36	0.84	3.50	1.29	3.090	0.016
ท่านคิดว่าซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป	4.21	0.87	4.50	0.70	4.25	0.86	4.36	0.74	3.00	0.82	4.438	0.002
ท่านเห็นควรมีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้าเครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม	3.99	0.86	4.13	0.92	3.81	1.05	3.79	0.89	4.00	1.15	0.849	0.495
ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการใช้ซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันมากยิ่งขึ้น	4.02	0.88	4.17	0.77	3.81	1.17	3.71	0.99	3.75	1.50	1.370	0.244
ท่านเห็นควรมีการลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายลง เพื่อจะได้ป้องกันไม่ให้ซีดีเพลงและมิติลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง	4.69	0.67	4.83	0.51	4.81	0.54	4.57	0.94	3.75	1.50	3.151	0.014
รวม	3.9955	0.4756	4.0334	0.4019	3.9141	0.4910	3.6964	0.4350	3.7188	0.5807	2.071	0.084

ผลที่ได้จากตาราง โดยใช้ F-test พบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นพบว่า ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

DRPU

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
3. เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 10 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร เขตดอนเมือง เขตดินแดง เขตดุสิต เขตตลิ่งชัน เขตบางเขน เขตบางซื่อ เขตบางพลัด เขตลาดพร้าว และเขตหลักสี่ รวม 400 คน โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อประเภทต่างๆ และความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ตอนที่ 3 เป็นคำถามเพื่อวัดความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ตอนที่ 5 เป็นคำถามให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เกินกว่าครึ่งหนึ่งเป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 66.5 มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.8 และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.3

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทุกวัน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และน้อยที่สุดคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ จำนวน 108 คน คิดเป็น ร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และน้อยที่สุดคือ สื่อวิทยุ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชน 2-3 ครั้งต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือ พิมพ์มากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ จำนวน 56 คน คิด เป็นร้อยละ 14 และน้อยที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนเลย พบว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมาคือ สื่อวิทยุ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และน้อยที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลทุกวัน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด

สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 รองลงมาคือ แฟน/คู่รัก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และน้อยที่สุดคือบุคคลอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงมาคือ แฟน/คู่รัก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และน้อยที่สุดคือบิดา/มารดาและญาติ/พี่น้องเท่ากัน คือจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ ญาติ/พี่น้อง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และน้อยที่สุดคือแฟน/คู่รัก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล 2-3 ครั้งต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโดยการพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ ญาติ/พี่น้อง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และน้อยที่สุดคือบุคคลอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลเลย พบว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆมากที่สุด จำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.8 รองลงมาคือ บิดา/มารดา จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 และน้อยที่สุดคือ เพื่อน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจทุกวัน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และน้อยที่สุดคือ การเดินขบวนรณรงค์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และน้อยที่สุดคือ การเดินขบวนรณรงค์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากไปสเตอร์

มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และน้อยที่สุดคือ การเดินขบวนรณรงค์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจ 2-3 ครั้งต่อเดือน พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากการเดินขบวนรณรงค์มากที่สุด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และน้อยที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจเลย พบว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารจากการเดินขบวนรณรงค์มากที่สุด จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และน้อยที่สุดคือ ไปสเตอร์ จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44

สำหรับประเภทของรายการที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากรายการโทรทัศน์ที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ รายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาได้แก่ รายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 40.8 ส่วนประเภทรายการทางโทรทัศน์ที่มีการเปิดรับน้อยที่สุด ได้แก่ รายการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.3

ส่วนประเภทของรายการที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากรายการวิทยุที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ รายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาได้แก่ รายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนประเภทรายการทางวิทยุที่มีการเปิดรับน้อยที่สุด ได้แก่ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ประเภทของรายการที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ ข่าวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาได้แก่ ข่าวหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนประเภทรายการทางหนังสือพิมพ์ที่มีการเปิดรับน้อยที่สุด ได้แก่ ข่าวการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในระดับสูง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้ว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย ทั้งนี้เนื่องจากการได้รับข่าวสารว่ามีการปราบปรามอย่างเข้มงวดจากเจ้าหน้าที่ตำรวจในการลักลอบขายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ตอนที่ 4 ทศคนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์อยู่ในระดับที่เห็นด้วยค่อนข้างมากและมีทัศนคติในเชิงบวก โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดของทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อการซื้อขายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกมากที่เห็นควรให้มีการลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายลงเพื่อจะได้ป้องกันการหันไปซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ และมีความคิดเห็นว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์นั้นทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ได้ต้องการที่จะทำผิดกฎหมายหรือส่งเสริมผู้กระทำผิด หากแต่เป็นเพราะปัจจัยด้านราคาของซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายมีราคาแพงเกินไปทำให้รู้สึกว่าคุณค่าเปรียบดั่งนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงหันไปซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แทนถึงแม้ว่าคุณภาพจะไม่ดีเท่าซีดีที่ถูกกฎหมายก็ตาม

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ/ไม่ซื้อ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการที่เปิดข้อสุดท้ายของแบบสอบถามให้มีการเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นกับคำถามที่ว่า “ท่านคิดว่าจะซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ เพราะเหตุใด” พบว่ามี 2 ความคิดเห็นคือ ทั้งซื้อและไม่ซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ โดย 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ความคิดเห็นเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นมากที่สุด คือ

ซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

1. ราคาถูก และคุ้มค่าเพราะมีหลายเพลงในแผ่นเดียว
2. คุณภาพใกล้เคียงพอควรกับซีดีที่ถูกกฎหมายเมื่อเทียบทางด้านราคา
3. มี Promotion ที่ดี เช่น ซื้อ 3 แถม 1

ไม่ซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

1. คุณภาพไม่ดีเท่าซีดีที่ถูกกฎหมาย
2. เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย
3. เค้าเปรียบศิลปิน และผู้สร้างสรรค์ผลงาน

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า

- เพศ
- เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ที่ไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุที่ไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟน/คูรัักไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ไม่แตกต่างกัน
 - เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

- รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของรายการวิทยุแตกต่างกัน
- รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากประเภทของคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการวิจัยพบว่า

สื่อมวลชน

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สื่อบุคคล

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยแฟน/คู่รักไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ/พี่น้องไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สื่อเฉพาะกิจ

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ในเชิงบวก และแยกตามสื่อต่างๆ ได้ดังนี้

สื่อมวลชน

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สื่อบุคคล

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบิดา/มารดาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับแฟนคูร์กไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับญาติ / พี่น้อง ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลโดยการพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

สื่อเฉพาะกิจ

- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากโปสเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจจากการเดินขบวนรณรงค์ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกัน จากผลของการวิจัยพบว่า

ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อต่างๆ ทั้งที่แตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะในการเลือกรับสื่อของบุคคลหนึ่งเกิดจากปัจจัยหลายประการ โดยผู้รับข่าวสารจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่เห็นว่าจะสนองความต้องการได้ ซึ่งตรงกับแนวคิดของชรามม์ (Schramm, 1973 : อ้างในวิศรา รัตนสมัย, 2543 : 23) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในการเลือกรับข่าวสารของบุคคลประการหนึ่งว่า ประสบการณ์และภูมิหลังที่ต่างกันจะทำให้การเลือกรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย

โดยผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั้งที่แตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน ยกเว้นตัวแปรทางด้านเพศเพียงอย่างเดียวที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าสังคมในปัจจุบัน เพศชายและหญิง มีความสามารถที่เท่าเทียมกันตลอดจนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ระดับปริญญา

ตรี จึงทำให้มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ไม่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรทางด้านอายุนั้นพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจทั้งที่แตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนเท่านั้นที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับงานวิจัยโดย ซี เมเปิล (C.Maple) และ ไอ แอล เจนิส และ ดีไรฟ์ (I.L. Janis and D. Rife : อ้างใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2529 : 312-316) ที่ได้ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสารและสื่ออีกด้วย ดังนั้นอายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร

ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ได้มากกว่าสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของโรเจอร์ และ ชูมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 11) ว่าช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) คือ การถ่ายทอดข่าวสารโดยการผ่านสื่อมวลชน แหล่งข่าวอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือสองสามคนหรือมากกว่านั้นก็ได้ โดยบุคคลเหล่านี้จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้

จากการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนที่ประชาชนกลุ่มตัวอย่างเปิดรับในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุด โดยมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทุกวัน คือสื่อวิทยุ เพราะสื่อวิทยุเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายและทั่วถึง อีกทั้งผู้รับสารยังสามารถประกอบกิจกรรมอื่นๆ ควบคู่ไปกับการฟังวิทยุได้ด้วย ดังนั้นจึงสอดคล้องกับหลักการของชแรมม์ (Schramm, 1974 : 13) ที่ได้ให้หลักทั่วไปที่เป็นเหตุผลของการเลือกรับสื่อว่า คนเราย่อมจะเลือกใช้สื่อที่จะใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด ซึ่งหมายความว่า ผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตนเองสะดวกที่สุด ในการใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อ เนื่องด้วยเหตุจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่จะรับสื่อ แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นพฤติกรรมทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อด้วย และยังสอดคล้องกับแนวความคิดของแคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 8) ที่กล่าวถึงการเปิดรับสื่อมวลชนว่า ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชน โดยหากบริบทข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวล

ชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับข่าวสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนแตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารจากซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่มุ่งให้ความรู้ในเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะ แก่ผู้รับข่าวสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจของผู้รับข่าวสาร จะเป็นไปได้ด้วยความสนใจและตั้งใจที่จะรับข่าวสารนั้นโดยการแสดงออก เช่น หยิบเอกสาร สิ่งพิมพ์นั้นมาอ่าน, การยืมอ่านข้อความในโปสเตอร์, การเข้าร่วมเดินขบวนรณรงค์ หรือแม้แต่การแสดงความคิดเห็น โดยผ่านกระทั่ในอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากสื่อเฉพาะกิจนั้นเสนอเรื่องราวโดยการให้ความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ก็จะทำให้ผู้รับสารได้รับความรู้เช่นกัน เพราะเมื่อมีความสนใจและพบเห็นอย่างสม่ำเสมอก็จะทำให้สามารถจดจำ และสามารถเชื่อมโยงความคิดในเรื่องของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ได้ ดังที่ประกาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 5) ได้กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้ หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยิน

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีละเมิดลิขสิทธิ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนทางวิทยุและหนังสือพิมพ์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ดังแนวคิดของบลูมเมอร์ (Blumer : อ้างในเสถียร เขยประทับ, 2529 : 25-26) ได้กล่าวว่า สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย ดัง

นั่นเมื่อกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ว่าจะเปิดรับจากสื่อใดก็ตามแตกต่างกัน แต่ก็มิได้ทำให้ทัศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แตกต่างกันตามไปด้วย ดังที่สุชา จันทรเอน (2524 : 46-51) ได้ให้นิยามทัศนคติว่าคือ ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะเข้าไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ และพยอม วงศสารศรี (2526) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด การกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปหรือได้รับข้อมูลใหม่ โดยทั่วไปเชื่อกันว่า ทัศนคติมีผลต่อการปฏิบัติของบุคคล ดังนั้นหากมีการรณรงค์ไม่ซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์โดยผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง ก็จะช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ได้เช่นเดียวกัน

ซึ่งจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกมากในเรื่องของการเห็นควรให้มีการลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายลง ทั้งนี้ น่าจะเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ การจะตัดสินใจซื้อจึงถูกจำกัดลง ปัจจัยด้านราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญสิ่งแรกที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ซึ่งซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ก็เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะ ธนกาญจน์ (2537) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีสิ่งคำนึงถึงในการเลือกซื้อเทปเพลงสากล คือ ตัวของศิลปินผู้ร้อง ด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าเทปเพลงสากลที่ราคาต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกซื้อ และราคาของเทปเพลงสากลลิขสิทธิ์ในปัจจุบันราคาแพงเกินไป และสอดคล้องกับแนวคิดของ เครท. ครัทซ์ฟีลด์ และบาร์เลียชี (Krech and Baliachy, 1948 : อ้างใน ศศิวิมล ปานศรี, 2538 : 17) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติที่เกิดจากการสนองตอบความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลก็มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น ดังที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเรื่องของการเห็นควรให้ลดราคาซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายที่มีราคาแพงเกินควร จึงทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อซีดีเพลงที่ถูกกฎหมายและทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์แทน เพราะราคาถูกกว่า ซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการด้านราคาของกลุ่มตัวอย่างได้ดีกว่านั่นเอง

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารควรเน้นที่สื่อมวลชนให้มาก เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์โดยเปิดรับทุกวันจากสื่อวิทยุมากที่สุด จึงควรเลือกช่องทางที่เหมาะสม โดยเลือกเวลาหรือช่องทางที่มีผู้รับสารเปิดรับมากๆ

2. ควรพิจารณากลุ่มเป้าหมายในการเผยแพร่ให้ชัดเจน เพื่อให้การผลิตสื่อและการรับสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ซึ่งการการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา ดังนั้นจึงควรทำการสำรวจว่าวัยรุ่นนิยมฟังคลื่นสถานีใดมากที่สุด แล้วจึงนำการเผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ พร้อมทั้งรณรงค์ต่อต้านการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ด้วย และสอดแทรกเนื้อหาโฆษณา รณรงค์ทางสื่อที่กลุ่มตัวอย่างสนใจในสถานีนั้นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผล

3. ผู้ประกอบการด้านกิจการเพลงควรมีการศึกษาผู้บริโภคว่าจะสามารถมีกำลังซื้อซีดีที่ถูกกฎหมายในช่วงราคาเท่าใด เพื่อปรับเปลี่ยนราคาและกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นกิจกรรมสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าที่ถูกลิขสิทธิ์

ข้อเสนอสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาแยกย่อยเป็นรายเขต เนื่องจากในการทำวิจัยลักษณะภาพรวมของเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต ทำให้กลุ่มตัวอย่างในบางเขตมีจำนวนน้อย

2. ในการสุ่มตัวอย่างควรมีการกระจายในเรื่องของอายุและอาชีพ ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน เพราะการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เฉพาะเจาะจง อาจทำให้กลุ่มอายุ หรือกลุ่มอาชีพบางกลุ่มมีจำนวนน้อยเกินไป

3. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่อาจมีผลเกี่ยวข้องกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น ความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก การรับรู้ บัณฑิตทางการสื่อสาร เป็นต้น ว่ามีผลโดยตรงต่อกลุ่มตัวอย่างมากน้อยเพียงใด

4.ควรมีวิธีการศึกษานอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ อาจใช้วิธีสังเกตหรือวิธีอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริงในเรื่องของพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

5.ควรมีการศึกษาสื่อละเมิดลิขสิทธิ์ด้านอื่นๆ เช่น ซีดีภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นต้น

DUU

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- จุมพล รอดคำดี. **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- นิยะดา ชุณหะวงศ์ และนินนาท โอฟาร์วุฒิ. **พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร : บางกอกการพิมพ์, 2520.
- ประมะ สดเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. **ทัศนคติ : การจัดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอนามัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2526.
- พยอม วงศ์สารศรี. **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : สาสเศรษฐกิจ, 2526.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. **เอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 1-8)**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- รวีวรรณ ประกอบผล. "องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร." **เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1-8**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- เสถียร เขยประทับ. **การสื่อสารและการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- สุชา จันท์เอม. **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วารสารและเอกสารอื่น ๆ

- “เทพีซีดีเถื่อนปัญหาที่ยังไม่มีทางออก.” ผู้จัดการรายสัปดาห์ 20-26 พฤษภาคม 2545.
- “พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537.” ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 111 ตอนที่ 59 ก. 21 ธันวาคม พ.ศ. 2537.
- “มุมมองที่แตกต่างกรณีซีดีเถื่อน.” ศูนย์ข้อมูลมติชน 24 พฤศจิกายน 2542.
- “หวันซีดีเถื่อนทะลักทะกันจี้คุมเครื่องบีเอ็ม.” ฐานเศรษฐกิจ 21-23 มิถุนายน 2544.
- ประจวบ อินอ้อด. “พฤติกรรมศาสตร์.” เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องการสำรวจทัศนคติเพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. “ธุรกิจเพลงปี44 ปรับตัวรับกระแสอินเทอร์เน็ต...มุ่งสู่ตลาดต่างประเทศ.” โลกการค้า. 7, 67. พฤษภาคม 2544.

วิทยานิพนธ์

- ธีรภรณ์ สุวรรณดี. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการทำแท้งของนักศึกษาหญิงระดับอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ปิยะ ธนกาญจน์. “พฤติกรรมการซื้อเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์บริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.
- เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล. “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่: ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภัทรดา พินิจคำ. “กฎหมายและการบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนการใช้ผลงานทางดนตรีกรรม”
 วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ภูมิพันธ์ บุญนาจเสวี. “วัตถุแห่งลิขสิทธิ์ : ศึกษาธรรมชาติและลักษณะของงาน. วิทยานิพนธ์
 นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- วิชาญ ธรรมสุจริต. “ปัญหาการดำเนินคดีละเมิดลิขสิทธิ์ระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์
 นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- วิศรา รัตนสมัย. “การเปิดรับข่าวสารเพื่อสร้างความตระหนักสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการ
 ตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จังหวัดสงขลา”.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.
- ศศิวิมล ปาลศรี. “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคดี และพฤติกรรมการ
 ใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และ
 เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการ
 ประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ภาษาอังกฤษ

Books

- Bickhard, Mark H. *Cognition, Convention and Communication*. New York : Praeger
 Publisher, 1980.
- Katz, Elihu and Paul, Lazarfelds F. *Personal Influence : The Free Press by People in
 the Flow of Mass Communication* New York : Macmillan Publishing, 1955.
- Klapper, Joseph T. *The Effect of Mass Communication* New York : The Free Press,
 1960.
- Rogers, Everette M. *Communication Strategies for Family Planning*. New York : The
 Free Press, 1971.
- Rogers, Everette M. *Social Change in rural society; a textbook in rural sociology* New
 York : Appleton-Century-Crofts, 1960.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Rogers, Everette M. and Shoemaker, Floyd, F. **Communication of Innovation: A Cross-Cultural Approach** New York : The Free Press,1971.

Schramm, Wilbur. **The Process and Effects of Mass Communication** Urbana : University of Illinois Press. 1974.

Zimbardo, Philip G., Ebbesen, Ebbe B. and Christina Maslach. **Influencing Attitude and Changing Behavior** London, 1977.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สำนักบริหารการจดทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. <http://www.bma.go.th> , 2544.
ฝ่ายประชาสัมพันธ์และวิเทศสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมทรัพย์สินทางปัญญา. <http://www.ipthailand.org>, 2545.

Draft

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเรื่อง
“การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อชุดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์”

โปรดทำเครื่องหมาย หรือ เขียนข้อความที่ตรงกับข้อมูลลงในช่องว่างที่กำหนดไว้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 20 ปี 21 - 25 ปี
 26 - 30 ปี 31 - 35 ปี
 36 - 40 ปี มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา
 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักเรียน นักศึกษา
 รับจ้างในภาคเอกชน/พนักงานบริษัท
 รับจ้างในภาครัฐราชการ/ข้าราชการ
 รับจ้างในภาครัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 อาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ของบุคคล

- ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001 - 10,000 บาท
 10,001 - 15,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท
 มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

6. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อมวลชนบ่อยเพียงใด

สื่อมวลชน	ทุกวัน	2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	2-3 ครั้ง ต่อเดือน	ไม่เคยได้รับ เลย
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					

7. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากรายการโทรทัศน์ประเภทใดมากที่สุด (หากไม่เคยได้รับให้ข้ามไปทำข้อ 8)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ข่าว | <input type="checkbox"/> รายการเพลง |
| <input type="checkbox"/> รายการโฆษณาเพื่อสังคม (เช่น รายการรณรงค์ต่างๆ) | |
| <input type="checkbox"/> ละคร | <input type="checkbox"/> รายการวาไรตี้โชว์ |
| <input type="checkbox"/> รายการทอล์คโชว์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

8. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากรายการวิทยุประเภทใดมากที่สุด (หากไม่เคยได้รับให้ข้ามไปทำข้อ 9)

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ข่าว | <input type="checkbox"/> รายการเพลง |
| <input type="checkbox"/> สปอทโฆษณา | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

9. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหนังสือพิมพ์รายวันในคอลัมน์ใดมากที่สุด (หากไม่เคยได้รับให้ข้ามไปทำข้อ 10)

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ข่าวหน้า 1 | <input type="checkbox"/> สังคม |
| <input type="checkbox"/> เศรษฐกิจ | <input type="checkbox"/> บันเทิง |
| <input type="checkbox"/> การศึกษา | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

10. ท่านได้พูดคุยและได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากบุคคลเหล่านี้บ่อยเพียงใด

สื่อบุคคล	ทุกวัน	2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	2-3 ครั้งต่อ เดือน	ไม่เคยสนทนา เลย
บิดา/มารดา					
เพื่อน					
แฟนคู๊วัก					
ญาติพี่น้อง					
อื่นๆ(โปรด ระบุ).....					
.....					

11. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้บ่อยเพียงใด

สื่อเฉพาะกิจ	ทุกวัน	2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	2-3 ครั้ง ต่อเดือน	ไม่เคยได้รับ เลย
โปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต การเดินขบวนรณรงค์					

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
12. ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย		
13. ลิขสิทธิ์หมายถึง ผลงานที่เกิดจากความคิดของบุคคลหนึ่ง โดยนำ เสนอผลงานของตัวเองซึ่งไม่ได้ลอกเลียนแบบใคร		
14. MP3 ที่บรรจุในแผ่นซีดี ถือเป็นเพลงละเมิดลิขสิทธิ์		
15. MP3 สามารถบรรจุเพลงได้มากกว่า 200 เพลงในแผ่นเดียวกัน		
16. บรรจุภัณฑ์ระหว่างซีดีที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์กับซีดีที่ละเมิดลิขสิทธิ์มี ลักษณะแตกต่างกัน		
17. การวางจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จะมีวางจำหน่ายตามแผง ลอยทั่วไป		
18. ลักษณะการวางจำหน่ายของซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ตัวแผ่นซีดีจะ ไม่ถูกบรรจุอยู่ในกล่องซีดีด้วย จะมีเพียงหน้าปกที่วางโชว์เท่านั้น		
19. การจำหน่ายซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย		
20. ผู้สร้างสรรค์ผลงานอันมีลิขสิทธิ์ คือ ผู้ที่สร้างสรรค์งานชิ้นใหม่ โดย ไม่ได้ลอกเลียนแบบใคร		
21. ปัจจุบันได้มีการร่าง พ.ร.บ. ควบคุมการผลิตผลิตภัณฑ์ซีดีเพลง		

ตอนที่ 4 ทศนคติที่มีต่อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์

ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วยเลย
22. การซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการ ประหยัดเงินผู้ซื้อ					
23. ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์มีคุณภาพเสียงเทียบ เท่ากับซีดีที่ถูกต้องกฎหมาย					
24. ท่านคิดว่าการซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องและผิดกฎหมาย					
25. ท่านคิดว่าการจำหน่ายซีดีเพลงละเมิด ลิขสิทธิ์เป็นการบั่นทอนอุตสาหกรรมเพลงไทย					
26. ท่านคิดว่าซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้ สร้างสรรค์ผลงานขาดกำลังใจที่จะทำงานต่อไป					
27. ท่านเห็นควรให้มีการเข้มงวดเรื่องการนำเข้า เครื่องผลิตซีดีให้มากกว่าเดิม					
28. ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์ป้องกันการซื้อ ซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ช่องทางสื่อต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น					
29. ท่านเห็นควรให้มีการลดราคาซีดีที่ถูก กฎหมายลง เพื่อจะได้ป้องกันการหันไปซื้อ ซีดี เพลงละเมิดลิขสิทธิ์ให้ลดน้อยลง					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

30. ท่านคิดว่าจะซื้อซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

🙏🙏🙏🙏🙏 ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ 🙏🙏🙏🙏🙏

ภาคผนวก ข

SID CODE

Sid Code ย่อมาจาก คำว่า Source Identification Code หมายถึง รหัสบ่งบอกแหล่งที่มาของสินค้าประเภทซีดี ซึ่งผู้ผลิตสินค้าสามารถแสดงความจำนงขอ Sid Code ได้จากสมาคมไทยผู้ผลิตแผ่นบันทึกเสียง แผ่นบันทึกภาพและสิ่งบันทึกเสียงระหว่างประเทศ (IFPI Thai Group) ซึ่งสมาคมฯ จะส่งเรื่องให้ IFPI ต่างประเทศเป็นคนออกเลข Sid Code โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

การกำหนดเลขหมาย Sid Code มีอยู่ 2 แบบ คือ การกำหนดเลขหมายสำหรับผู้ผลิตซีดีทั่วไป (mould code) กล่าวโดยเฉพาะคือ ผู้ผลิตที่นำแผ่นมาสเตอร์มาอัดซ้ำ และการกำหนดเลขหมายสำหรับผู้ผลิตแผ่นซีดีมาสเตอร์ (master code) การกำหนดเลขหมายเครื่องอัด (Mould Code)

1. เลขหมายจะประกอบไปด้วย "SID nxx" โดยที่ n แทนด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ กำหนดให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละแห่งโดยหน่วยงาน International Sid Agency เช่น บริษัท ก. ใช้แทนว่า UP บริษัท ข. ใช้แทนว่า EM เป็นต้น ส่วน xx แทนด้วยตัวเลข หมายถึง เครื่องอัดที่ผู้ประกอบการนั้นมีอยู่ (แม้ว่าเครื่องอัดนั้นจะไม่ได้ใช้ในการผลิตก็ตาม) โดยแต่ละเครื่องจะแทนด้วยเลขหมายเดียวเท่านั้น เช่น ผู้ประกอบการมีเครื่องอัดอยู่ 2 เครื่อง เลขหมายประจำเครื่องที่ 1 ก็จะเป็น 01 หมายเลขประจำเครื่องที่ 2 จะเป็น 02 เป็นต้น ดังนั้น สมมติว่าบริษัท ก. มีเครื่องอัดอยู่ 2 เครื่อง เลขหมายของบริษัท ก. ได้แก่ "SID UP01" และ "SID UP"

2. sid code จะถูกแกะสลักไว้เป็นการถาวรที่ตัวเครื่องอัด ดังนั้น แผ่นซีดีที่ผ่านการอัดจากเครื่องนี้จะมีเลขหมายตามที่แกะสลักเอาไว้

3. การแกะสลักตัวอักษรให้อยู่ในตำแหน่งระหว่าง 7.5 ถึง 22 มิลลิเมตร วัดจากเส้นผ่านศูนย์กลางของแผ่นซีดี ให้ความลึกระหว่าง 10 ถึง 25 ไมครอน มีความสูงของตัวอักษร ระหว่าง 0.5 ถึง 1 มิลลิเมตร

การกำหนดเลขหมายที่แผ่นซีดีมาสเตอร์ (Master Code)

1. เลขหมายประกอบด้วย "SID xxx" โดย xxx เป็นตัวเลขที่กำหนดให้แก่ผู้ประกอบการ โดยหน่วยงาน International SID Agency

2. sid code จะถูกบันทึกไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ยิงลำแสงเลเซอร์ลงบนแผ่นซีดีมาสเตอร์ ในขณะที่ทำการผลิต

3. การกำหนดตัวอักษรจะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า 0.5 มิลลิเมตร ให้สามารถมองเห็นได้โดยไม่ต้องใช้แว่นขยาย และให้อยู่ในตำแหน่งที่ 22.9 มิลลิเมตร วัดจากเส้นผ่านศูนย์กลางของแผ่นซีดี

การสังเกตและความแตกต่างของสิ่งของที่ถูกทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์

สิ่งบันทึกเสียงประเภทเทปคลาสเซ็ท

ของมีลิขสิทธิ์	ของละเมิดลิขสิทธิ์
1. ปกเทปจะมีสีสด คมชัด และมีการประทับตรา ยาง	1. ปกเทปจะสีไม่สด และไม่คมชัด และไม่มีการ ประทับตรายาง
2. กล่องเทปจะมีตัวอักษรโลโก้ในบริเวณข้าง กล่อง	2. กล่องเทปจะไม่มีตัวอักษรโลโก้ในบริเวณข้าง กล่อง
3. จะมีแถบพลาสติกใสพิมพ์โลโก้บริษัทผู้ผลิต คาดรอบกล่อง	3. ไม่มีแถบพลาสติกใสพิมพ์โลโก้บริษัทผู้ผลิต คาดรอบกล่องไว้
4. สายนำแถบบันทึกเสียงจะมีตัวโลโก้พิมพ์ไว้	4. สายนำแถบบันทึกเสียงจะไม่มีตัวโลโก้พิมพ์ไว้

สิ่งบันทึกเสียงประเภทคอมแพ็คดิสก์

ของมีลิขสิทธิ์	ของละเมิดลิขสิทธิ์
1. ปกกระดาษจะมีสีสดคมชัด	1. ปกกระดาษจะมีสีไม่สดไม่คมชัด
2. กล่องคอมแพ็คดิสก์จะมีรูปทรงผอมแบนสวย งาม	2. กล่องคอมแพ็คดิสก์จะหนารูปทรงปกติทั่วไป
3. จะมีแถบพลาสติกใสพิมพ์โลโก้ของผู้ผลิตคาด รอบกล่องไว้	3. ไม่มีแถบพลาสติกใสพิมพ์โลโก้บริษัทผู้ผลิต คาดรอบกล่องไว้
4. จะระบุโลโก้หรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตไว้บน แผ่น	4. ไม่ระบุโลโก้หรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตไว้บน แผ่น
5. ปกกระดาษและตัวแผ่นคอมแพ็คดิสก์จะระบุ แสดงแหล่งผลิต	5. ปกกระดาษและตัวแผ่นคอมแพ็คดิสก์จะไม่ ระบุแสดงแหล่งผลิต (ยกเว้นแผ่นที่ก๊อปปี้ เหมือนจริงจะก๊อปปี้ชื่อเจ้าของลิขสิทธิ์ลงไป ด้วย)
6. จะมีเพลงเฉพาะในชุดของศิลปินนั้นๆ	6. ส่วนมากจะเป็นการรวมเพลงดังของทุกค่าย เพลง

โสตทัศนวัสดุประเภทวีดีโอเทป

ของมีลิขสิทธิ์	ของละเมิดลิขสิทธิ์
1. จะบรรจุในกล่องพลาสติกสีขาวขุ่นมีพลาสติก สุญญากาศ ห่อหุ้มอีกชั้นหนึ่ง	1. จะบรรจุในกล่องกระดาษแข็งแล้วหุ้มด้วย พลาสติกสุญญากาศ
2. มีสติ๊กเกอร์สะท้อนแสงปิด	2. ไม่มีสติ๊กเกอร์สะท้อนแสงปิด
3. มีการประทับตราลายบริเวณหน้าตลับ	3. ไม่มีการประทับตราลายบริเวณหน้าตลับ

โสตทัศนวัสดุประเภทวีดีโอซีดี

ของมีลิขสิทธิ์	ของละเมิดลิขสิทธิ์
1. ปกกระดาษจะมีสีสดคมชัด	1. ปกกระดาษจะมีสีไม่คมชัด
2. จะมีแถบพลาสติกใสพิมพ์โลโก้บริษัทผู้ผลิต คาดรอบกล่องไว้	2. ไม่มีแถบพลาสติกใสพิมพ์โลโก้บริษัทผู้ผลิต คาดรอบกล่องไว้
3. จะระบุโลโก้หรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตไว้บน แผ่น	3. ไม่ระบุโลโก้หรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตไว้บน แผ่น

สิ่งบันเทิงเสียง (ซีดี-รวม)

ด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีความพัฒนาสูงขึ้นจนมีผู้นำเอางานดนตรีกรรมของผู้ทรงสิทธิ์นำมาทำซ้ำลงบนแผ่นซีดี-รวมออกขายให้ประชาชนทั่วไป โดยในขณะนี้ยังไม่มีผู้ทรงสิทธิ์รายใดนำงานดนตรีกรรมของตนไปทำซ้ำลงในแผ่นซีดี-รวม จึงทำให้แผ่นซีดี-รวมที่มีงานดนตรีกรรมหรือตลอดจนถึงงานภาพยนตร์ที่มีอยู่ทั้งหมดขณะนี้ เป็นแผ่นซีดี-รวมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งสิ้น โดยวิธีการสังเกตซีดี-รวมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวจะสังเกตได้โดยดูจากปกกระดาษ แผ่นซีดี-รวมที่ละเมิดลิขสิทธิ์จะมีรูปภาพศิลปิน นักร้อง นักแสดง ของค่ายเพลงหรือค่ายภาพยนตร์อยู่เป็นจำนวนมาก โดยมีชื่อชุด เช่น ชุดประเทือง และการบรรจุแผ่นก็จะบรรจุใส่ของพลาสติกใส โดยส่วนใหญ่จะไม่บรรจุในกล่องใส่แผ่นซีดี เพราะต้นทุนจะสูงและไม่สะดวกในการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บ

**ตัวอย่างปกซีดีเพลง ตัวอย่างซีดีเพลงละเมิดลิขสิทธิ์
และตัวอย่างโปสเตอร์ซีดีเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์**

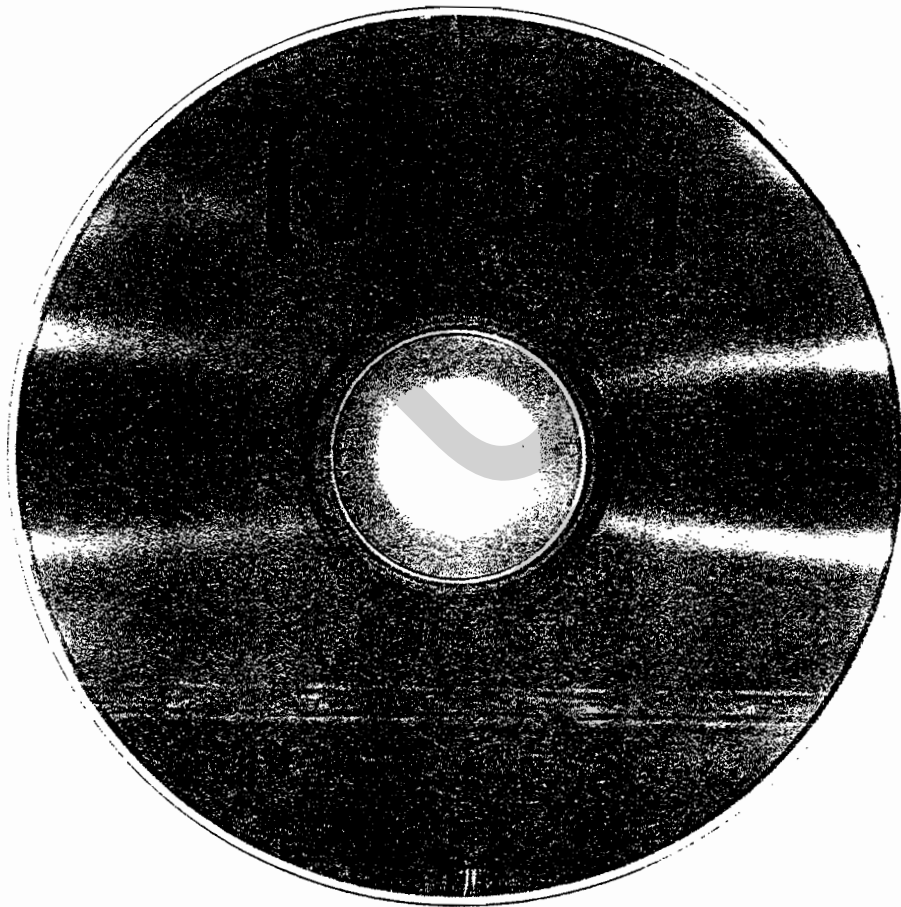


คิดถึงวันถึงมา

(CD) ANAN

- | | |
|-------------------|--------------|
| 1. คิดถึงไม่ถึง | อนันต์ อันวา |
| 2. ตีตอกตีตใจ | ลอนนี่ |
| 3. คนไม่ยอม | เจมส์ |
| 4. นื่องเบ็ด | พราตอก |
| 5. รอลนกว่า | ออดดี |
| 6. อ่อนวอบ | แฮมมัม |
| 7. DA DA DA | อนันต์ อันวา |
| 8. BAD BOY | ลอนนี่ |
| 9. เซอกับฉัน | เจมส์ |
| 10. EYES ON ME | Finac III |
| 11. หน้าตาที่ดี | ออดดี |
| 12. ร้องไห้ไม่ทัน | ดี |
| 13. นึกโทษประหาร | จีระศักดิ์ |
| 14. ทนคห่าใจ | นิวมมาษา |
| 15. ตะตึง | อนันต์ อันวา |
| 16. เก็บใจ | เกียง |
| 17. ไม่กล้าบอกเธอ | โจ-ก้อง |
| 18. ดาวประดับฟ้า | แมว |

ศิลปิน: อนันต์ อันวา, ลอนนี่, เจมส์, พราตอก, ออดดี, แฮมมัม, อนันต์ อันวา, ลอนนี่, เจมส์, Finac III, ออดดี, ดี, จีระศักดิ์, นิวมมาษา, อนันต์ อันวา, เกียง, โจ-ก้อง, แมว





การดำเนินงานคดีลับถัก

คดีลับถัก

หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่สร้างสรรค์ขึ้น โดยแสดงออกในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. งานวรรณกรรม เช่น หนังสือ โปสเตอร์ คอมพิวเตอร์
2. งานนาฏกรรม เช่น ทำเดิน ทำท่า
3. งานศิลปกรรม เช่น จิตรกรรม ภาพพิมพ์ สถาปัตยกรรม ภาพถ่าย ฯลฯ
4. งานดนตรีกรรม เนื้อร้องและเนื้อทำนอง
5. งานสัตตภัณฑ์ เช่น วีดีโอเทป
6. งานภาพยนตร์
7. งานสิ่งบันทึกเสียง เช่น เทปเพลง
8. งานแพร่เสียงแพร่ภาพ เช่น ออกอากาศทางวิทยุ โทรทัศน์
9. งานอื่นใดอันเป็นงานในแผนการรณคดีแพ่งกวีวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ

การละเมิดลิขสิทธิ์

การละเมิดโดยตรง คือ การกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดแก่งานลิขสิทธิ์ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์งาน ให้อถือว่าเป็นการละเมิด

1. ทำซ้ำ หรือดัดแปลง
 2. เผยแพร่ต่อสาธารณชน
 3. ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งานสัตตภัณฑ์ ภาพยนตร์ หรือสิ่งบันทึกเสียง หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์
- การละเมิดโดยอ้อม คือ การกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อหากำไร โดยผู้หรือมีเหตุอันควรรู้ว่าใน งานละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น ให้อถือว่าเป็นการกระทำละเมิด

1. ขยาย มีไว้เพื่อขาย, เสนอขาย, ให้เช่า
2. เผยแพร่ต่อสาธารณชน
3. แจกจ่ายที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของ
4. นำหรือสิ่งเข้ามาในราชอาณาจักร

อัตราโทษ

1. การละเมิดโดยตรงเพื่อการค้า ต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่ 6 เดือนถึง 4 ปี หรือปรับตั้งแต่ 100,000 - 800,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ
2. การละเมิดโดยอ้อมเพื่อการค้า ต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่ 3 เดือนถึง 2 ปี หรือปรับตั้งแต่ 50,000 - 400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้เสียหาย

1. ผู้สร้างสรรค์งานลิขสิทธิ์
2. ผู้ว่าจ้าง
3. กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงาน
4. ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์
5. ผู้รับโอนลิขสิทธิ์

ผู้กระทำการละเมิด

1. บุคคลธรรมดา
2. นิติบุคคล ให้อถือว่ากรรมการหรือผู้จัดการเป็นผู้กระทำความผิด เงินและทรัพย์สินที่ได้ทำไม่รับเห็น หรือยินยอม

อายุความ

คดีอาญา ต้องร้องทุกข์ ภายใน 3 เดือน นับแต่วันรู้เรื่องความผิดและรู้ตัวผู้กระทำความผิด ส่วนอายุความฟ้องร้องไปเพื่อการระงับความผิด โดยมิได้ดูประสงฆ์ในทางการทำจะมิอายุยั้ง 10 ปี นับแต่วันกระทำความผิด

ข้อควรปฏิบัติในการดำเนินคดีอาญา

1. ร้องเรียนพฤติกรรมการละเมิดต่อ คปป. หรือ พกณิศจังหวัด เพื่อประสานตำรวจ ดำเนินคดี
2. แจ้งความร้องทุกข์ต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยตรง ในฐานะผู้เสียหาย
3. รวบรวมหลักฐานต่าง ๆ ที่ใช้ในคดี
4. จัดหาผู้ชำนาญการด้านเทคนิค เข้าร่วมจับกุม พร้อมกับผู้เสียหาย และเจ้าหน้าที่
5. ให้การต่อพนักงานสอบสวนในฐานะผู้เสียหาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือสำนักงาน พกณิศจังหวัด
2. กองบังคับการสืบสวนสอบสวนคดีเศรษฐกิจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ หรือสถานีตำรวจท้องที่
3. สำนักงานคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานอัยการสูงสุด
4. ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง

เอกสารประกอบการแจ้งความ

1. หลักฐานการสร้างสร้งงาน หรือการแสดง ความเป็นเจ้าของงานลิขสิทธิ์
2. บัตรประจำตัวหรือหนังสือรับรองนิติบุคคล
3. หนังสือมอบอำนาจจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือ สำเนาหนังสือมอบอำนาจจากต่างประเทศ ที่ผ่านการรับรองโดยโรตารีปีบลิค และสถานเอกอัครราชทูต หรือกงสุลไทยรับรองอีกชั้นหนึ่ง
4. ตัวอย่างงานที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง และงานที่ ถูกละเมิดลิขสิทธิ์
5. ถ้าเป็นลิขสิทธิ์ระหว่างประเทศ ให้ส่งอนุสัญญา กรุงเบอร์น ว่าด้วยการคุ้มครองวรรณกรรมและ ศิลปกรรม และกฎหมายของประเทศที่เป็นข้อเกิด แห่งงาน พร้อมคำแปลภาษาไทย ที่ผ่านคำรับรอง ถูกต้อง

ศูนย์ประสานการป้องกัน
การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
กรมทรัพย์สินทางปัญญา
กระทรวงพาณิชย์
338 ถนนดินสอ แขวง
กรุงเทพฯ 10320
โทร. 2765533 โทรสาร 2767242



ขอขอบคุณที่ช่วยกันสนับสนุน เทป, ซีดี, วีซีดี ที่ถูกกฎหมาย

ยุค

เทพีซีดีเถื่อน

ปัญหาที่ยังไม่มีทางออก



การปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์เทพีซีดีเถื่อน ดูเหมือนจะเป็นปัญหาเรื้อรังที่ไม่ว่าใครจะเข้ามาดูแลงานการปราบปรามเทพีซีดีเถื่อน จะออกมาตราการร่วมกับค่ายเพลงอย่างไรก็ไม่มีปราบได้สิ้นซากเนื่องเพราะผลประโยชน์จำนวนมหาศาลที่ทำให้ผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ยังลอบนวลอยู่ในสังคมโดยไม่เกรงกลัวต่อกฎหมายใดๆทั้งสิ้น

ก่อนหน้านี้ทางค่ายเพลงรายใหญ่อย่างแกรมมี่ ได้เข้าพบนายสุวรรณ วลัยเสถียร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และสศก. เพื่อหามาตรการในการแก้ปัญหา เมื่อต้นปี 2545 โดยนายสุวรรณ ได้รับปากที่จะเจรจากับเจ้าของพื้นที่เป้าหมาย ที่จำหน่ายเทพีซีดีเถื่อนแหล่งใหญ่ของประเทศ และในเมืองต้นได้บรรลุข้อตกลงกับนายเจริญ สิริวัฒนภักดี เจ้าของศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ที่อาสาเจรจากับร้านค้าในพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ให้ไล่เทพีซีดีเถื่อนออกจากศูนย์หมดภายในวันที่ 28 ก.พ. ที่ผานมาพร้อมกันนี้กระทรวงฯยังได้วางพื้นที่เป้าหมายเพิ่มอีก 5 แห่ง ที่ศูนย์การค้าตะวันนา ทำน่านนทบุรี คลองถม มาบุญครอง และตึกคอมฯ ศรีราชาที่จะกวาดล้างเทพีซีดีเถื่อนออกให้หมดเนื่องจากเป็นแหล่งจำหน่ายใหญ่ที่ขายมานานโดยไม่เกรงกลัวต่อกฎหมายแต่อย่างใด

ทางด้านนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ประธานกรรมการบริหาร บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า หลังจากที่บรรลุข้อตกลงกับร้านค้าในพันธุ์ทิพย์แล้ว แกรมมี่ได้หารือกับร้านค้าเพื่อแต่งตั้งเอเยนต์รายใหญ่ในพันธุ์ทิพย์



การกวาดล้างและจับกุมเห็บมี ซิติเถื่อน มีเป็นระลอกๆแต่ก็ไม่สามารถกำจัดผู้ลอกเลียนแบบรายใหญ่ได้ แม้จะมีมาตรการที่เข้มงวดแล้วก็ตาม อนาคตเห็บมี ซิติเถื่อนยังคงสดใส

ให้เป็นผู้จัดการกระจายงอบและซิติที่ถูกกฎหมาย ให้แก่ร้านค้าในพื้นที่ที่มีอยู่กว่า 30 ร้าน โดยร้าน

รับปากว่าจะขายสินค้าที่ถูกกฎหมายแทน

แต่มาถึงวันนี้ กลับกลายเป็นว่าร้านค้าในพื้นที่ที่พิภย์ก็ยังขายเห็บมีซิติเถื่อนอยู่เช่นเดิม และขายสินค้าถูกกฎหมายบ้างแต่ก็นับเป็นส่วนน้อยเท่านั้น ส่งผลให้การรณรงค์กับพื้นที่เป้าหมายอื่นต้องชะงักลง

ปัญหาเห็บมีซิติเถื่อนจึงเป็นเรื่องที่แก้ไขยาก เพราะผู้ที่ผิดกฎหมายไม่เกรงกลัวต่อบทลงโทษ โดยเฉพาะผลกำไรที่มากกว่า ด้วยเงินลงทุนต่ำ

ไม่ต้องจ้างศิลปิน ไม่ต้องใช้งบการตลาด เกมยังมีเพลงยอดฮิตให้เลือกเป็นจำนวนมากภายในแผ่นเดียวกัน ที่มีราคาขายแผ่นละ 100 บาท ในขณะที่อัลบั้มซิติเพลงของค่ายเทพตกแผ่นละ 149-155 บาท

อย่างไรก็ตาม นายอภิรักษ์ กล่าวว่า เมื่อคิดถึงต้นทุนในปัจจุบันระหว่างเห็บมีซิติเถื่อนและสินค้าที่ถูกกฎหมายแล้ว ต้นทุนตอนนี้ไม่ต่างกันมาก เนื่องจากค่ายเพลงแทบทุกค่ายพร้อมใจกันลดราคา... ซิติลงมาครึ่งหนึ่งเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ และมีคุณภาพ

ดีกว่าส่วนร้านค้าที่จำหน่ายก็ได้เปอร์เซ็นต์จากการขายในอัตราที่เท่ากัน ส่วนผู้ผลิตสินค้าปลอมปัจจุบันต้องมีต้นทุนในการจ่ายค่าคุ้มครองและเบีย บ้ายรายทางอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนไม่ต่างกันมากนัก ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับร้านค้าและผู้บริโภคแล้วว่าจะสนับสนุนสินค้าของใคร

อย่างไรก็ตาม ปัญหาอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้ยังมีผู้ผลิตซิติเถื่อนอยู่ก็คือ การนำเข้าเครื่องปั๊มซิติ ที่ไม่มีการจดทะเบียนว่าเครื่องดังกล่าวเข้ามาและตั้งอยู่ ณ สถานที่ใด ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าคนที่ซื้อเครื่องปั๊มซิตินั้นเอาไปใช้งานอย่างไร ซึ่งหากกฎหมายกำหนดให้ผู้ครอบครองเครื่องปั๊มซิติจะต้องแจ้งสถานที่ติดตั้งเครื่อง ก็สามารถตรวจสอบได้ง่ายขึ้น และทราบถึงแหล่งผลิตได้ง่าย ซึ่งทุกวันนี้ยังไม่สามารถทำลายแหล่งผลิตใหญ่ได้ เพราะไม่รู้ว่ามีผู้ทำซิติเถื่อนนั้นเอาเครื่องไปตั้งที่ใด

สำหรับการสำรวจตลาดเห็บและซิติเพลงของค่ายเห็บ ได้ข้อมูลว่าปัจจุบันสัดส่วนของเห็บมีซิติเถื่อนที่สัดส่วนที่เท่ากับเห็บและซิติที่ถูกต้องลิขสิทธิ์ โดยมีมูลค่าตลาดอย่างละประมาณ 3,000 ล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเติบโตของเห็บมีซิติเถื่อนมีอย่างต่อเนื่องและสามารถครองตลาดได้เท่าเทียมกับสินค้าที่ถูกต้องลิขสิทธิ์แล้ว

“ถ้าปล่อยให้เห็บมีซิติเถื่อนยังระบาดอยู่ทุกวันนี้ ในที่สุดค่ายเห็บก็ไม่สามารถขายสินค้าของตัวเองได้และต้องปิดตัวเองลงในที่สุดเมื่อถึงวันนั้นผู้ที่ทำเห็บมีซิติเถื่อนก็คงไม่มีเห็บของค่ายเพลงได้ให้ขายปลอมอีก” นายอภิรักษ์ กล่าว ■

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	ปนัดดา ดัชชานนท์
วัน เดือน ปีเกิด	3 มีนาคม 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดชัยภูมิ
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย ปีการศึกษา 2541
ประวัติการทำงาน	วิทยากรระดับ 4 ฝ่ายพัสดุและจัดหา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง ประเทศไทย ปี 2543 - ปัจจุบัน