

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าดิจิทัลเพื่อความบันเทิง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวชุตติมา ศิริรัตนวุฒิ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ปัญจราศี ปุณณชัยยะ
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้อุตสาหกรรมเพื่อความบันเทิงเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการนำเสนอสินค้าไปยังผู้บริโภคเป็นรูปแบบไฟล์ดิจิทัลสำหรับการขายเชิงพาณิชย์ ทำให้สินค้าดิจิทัลเพื่อความบันเทิงมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นด้วยความรวดเร็ว และด้วยรูปแบบของสินค้าที่เป็นไฟล์ดิจิทัลนี้เองที่ทำให้สินค้าดิจิทัลเพื่อความบันเทิงถูกคัดลอกและถูกส่งต่ออย่างผิดกฎหมายได้ง่าย ซึ่งไฟล์ดิจิทัลที่ถูกคัดลอกหรือถูกส่งต่อมีข้อมูลที่เหมือนกับต้นฉบับและมีคุณภาพที่ใกล้เคียงกับต้นฉบับค่อนข้างมาก ทั้งนี้ทำให้อุตสาหกรรมเพื่อความบันเทิงได้รับผลกระทบอย่างมากจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ในผลงานเพลง ละคร และภาพยนตร์ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยในด้านความขึ้นชอปปิลิน การรับรู้ราคา การรับรู้ความเสี่ยงจากการกระทำผิด และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าดิจิทัลเพื่อความบันเทิง โดยอ้างอิงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB) ในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าดิจิทัลเพื่อความบันเทิงในประเทศไทยผ่านแบบสอบถามทั้งสิ้น 178 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สมการถดถอย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผลของงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงจากการกระทำผิดเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความขึ้นชอปปิลินและการรับรู้ราคาสินค้าถูกกฎหมายไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญ โดยทัศนคติของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่างเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจละเมิดลิขสิทธิ์และทำให้เกิดพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าในท้ายที่สุด

อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าความขึ้นขอบสิลปิน การรับรู้ราคาสินค้าถูกกฎหมาย และการรับรู้ความเสี่ยงจากการกระทำผิดเป็นสาเหตุที่อธิบายทัศนคติของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ได้เพียง 20% นั้นแสดงว่ายังมีปัจจัยอื่นๆอีกจำนวนมากที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ดังนั้นในอนาคตจึงควรทำการศึกษาเพื่อหาปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมเพื่อสามารถอธิบายสาเหตุที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ได้มากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าดิจิทัล พฤติกรรมการเข้าใช้อินเทอร์เน็ต วิธีการดำเนินชีวิต (life style) และลักษณะของประชากรศาสตร์ เป็นต้น

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ ในแง่ทฤษฎีเป็นการยืนยันแนวความคิดทฤษฎี TPB ว่าทัศนคติของผู้บริโภคและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแสดงพฤติกรรมในท้ายที่สุด ในแง่ธุรกิจ งานวิจัยนี้ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเพื่อความบันเทิงเข้าใจสาเหตุที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้สามารถหาแนวทางในการจัดการและการป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ และแนวทางในการทำการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าดิจิทัลถูกกฎหมาย

คำสำคัญ: ละเมิดลิขสิทธิ์, สินค้าดิจิทัล, ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

Independent Study Title	THE FACTORS AFFECTING PIRACY BEHAVIOR OF DIGITAL ENTERTAINMENT GOODS
Author	Miss Chuttima Sirirattnavut
Degree	Master of Science Program
Department/Faculty/University	In Management Information Systems Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Panjarasee Punnachaiya
Academic Years	2013

ABSTRACT

Due to the rapid growth of Information Technology, the entertainment industry has changed its business form into electronic-commerce. Entertainment digital products have consequently increased higher volume in business in a short time. In the same way, all these products are illegally copied and shared easily, with a similar quality to the original one, including many copyright songs, series, and movies are also pirated. Therefore, this research focuses to study on the factors of attitude toward piracy (adoration of artist, perceived price, and perceived risk) and subjective norms that affect to consumers' intention to pirate which are based on Theory of Planned Behavior (TPB) framework.

This research has collected the data from those who have pirated the digital products in Thailand by using online questionnaires to survey 178 respondents. All data are analyzed by using Regression Analysis in order to find the relationship between the factors. The results of this research indicate that perceived risk has significant effect on consumers' attitude toward piracy. In contrast, the adoration of artist and perceived price has insignificant effect on attitude toward piracy. Overall, the attitude toward piracy and subjective norms are important factors affecting the behavioral intention to pirate and consequently impact on the piracy behavior.

However, there are only twenty percent explaining that the adoration of artist, perceived price of the copyright digital products, and perceived risk have an influence on the digital piracy intention. It could be concluded that, in the future, several other factors affecting the attitude toward piracy such as the quality of digital products, internet use behavior, consumers' lifestyle, and demographics should be examined to explain why consumers intend to pirate copyright digital products.

In the theoretical evidence, benefits from the results of the research supported the Theory of Planned Behavior (TPB) that the attitude toward piracy and subject norms are factors affecting the consumers' intention to pirate and continuously impact on piracy behavior. In the business aspect, this research helps companies in the entertainment industry understand the consumers' attitude and consumers' behavior in copyright piracy. Thus, the problem would be managed and solved. The effective marketing plan could thoroughly be launched to influence consumers in purchasing more copyright digital products.

Keywords: Piracy, Digital Product, Theory of Planned Behavior