

ชื่อเรื่อง	ความตระหนักต่อการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาแผ่นคอมแพ็คดิสก์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกมลวรรณ แยมเนียม
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์จงจิต ศรีพรหม โรเบิร์ต

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความตระหนักต่อการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์ ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาแผ่นคอมแพ็คดิสก์ และศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อการเกิดความตระหนักจาก ลักษณะส่วนบุคคล การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์

ผู้ให้ข้อมูลคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 – 4 ปีการศึกษา 2547 จำนวน 400 คน จาก 7 มหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (statistical package for the social science, SPSS/PC<sup>+</sup>) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาโดยประมาณร้อยละ 70 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และมีรายจ่ายต่อเดือนเพื่อการซื้อแผ่นคอมแพ็คดิสก์เฉพาะแผ่นเพลงและภาพยนตร์ไม่เกิน 500 บาท โดยมีความถี่ในการซื้อเดือนละ 1 – 2 แผ่น และเก็บร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาเลือกซื้อแผ่นคอมแพ็คดิสก์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 ใน 3 เคยซื้อแผ่นคอมแพ็คดิสก์ละเมิดลิขสิทธิ์

ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการรณรงค์ต่อต้านสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 90 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียง กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 70 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณาทางภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่ง รับรู้ข้อมูลข่าวสารจาก สื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ วารสาร และนิตยสารต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 50 ไม่ได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล เช่นเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง สื่อการจัดนิทรรศการส่งเสริมและเผยแพร่ และสื่อการอบรม สัมมนา

ด้านความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 90 มีความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์ อยู่ในระดับมาก

และเมื่อพิจารณาถึงความตระหนักต่อการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์ พบว่ามีความตระหนักต่อการประชาสัมพันธ์สินค้าลิขสิทธิ์อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาพบว่า ควรใช้กฎหมายที่มีบทลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างเด็ดขาด จริงจัง และควรเริ่มจากตนเองที่เป็นผู้ไม่ซื้อ ไม่ขาย ไม่สนับสนุนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ พร้อมทั้งชักชวน แนะนำ เพื่อนหรือคนรู้จักให้ใช้สินค้าลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ณรงค์ต่อต้านสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างจิตสำนึกที่ดีและปลูกฝังความคิดให้ใช้สินค้าลิขสิทธิ์ ควรลดราคาสินค้าลิขสิทธิ์ลง จัดการส่งเสริมการขาย และเพิ่มคุณภาพสินค้า สร้างผลงานลิขสิทธิ์ให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ควรช่วยกันสอดส่องดูแล และแจ้งจับผู้กระทำความผิด ตลอดจนควรปราบปรามแหล่งผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ โดยให้รัฐบาลเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหา

<b>Title</b>	University Students' Awareness of Public Relations Efforts Regarding Copyrighted Material in Chiang Mai Province: A Case Study of Compact Disc
<b>Author</b>	Miss Kamonwan Yamniam
<b>Degree of</b>	Master of Arts in Communications
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Associate Professor Chongchit Sripun Robert

### ABSTRACT

This research was conducted to study the university students' awareness of public relations efforts regarding copyrighted material in Chiang Mai province: a case study of compact disc as well as other factors which helped awareness in individuals, in getting information and knowledge about the public relations efforts regarding copyrighted material.

The participants of this study were sampled from undergraduate students from freshmen to seniors who were in the academic year of 2004 from seven universities in Chiang Mai province. The questionnaires were used as a tool for data collection. Then they were further analyzed by using statistical package for the social science, SPSS/PC<sup>+</sup>. Statistics used were percentage, mean and standard deviation. The results of the study were as follows:

Majority of the students around 70% had income of not more than 5,000 baht per month, had the ability to purchase the songs and movies compact disc not exceeded 500 baht per month, approximately 1-2 disc per month. Around 80% of the students bought the copyrighted ones. In addition, the study also showed that 2 out of 3 students purchased non-copyrighted disc.

When asked about getting the information on campaign against goods which were not copyrighted, majority of students around 90% said that they obtained the news from radio and television. More than 70% of the respondents specified that they learned from newspapers, internet, and advertisements in the movie theaters. More than half of the students learned about it from posters, brochures, periodicals, and magazines.

The result also showed that more than 50% of the respondents did not receive information from personnel media such as officials in charge, news on exhibition for promotion and distribution, and workshop and training.

With regards to the knowledge of public relations for copyrighted material, the study found that more than 90% of the students had high level of knowledge of the issue.

When the respondents were asked about the awareness of the public relations of the copyrighted material, they had high level of awareness.

Suggestions for the problems are that there should be a law which strictly enforced those who are charged with infringement. The students themselves could help by not being the consumers, the suppliers, and not supporting the uncopyrighted goods as well as persuading and suggesting friends or acquaintances to buy only copyrighted merchandise. In addition, there should be more campaigns in protesting against uncopyrighted products which will result in good understanding, good awareness and instill people to use only copyrighted merchandise. The copyrighted goods' prices should be reduced with the sale promotion, and the improved quality goods. Moreover, people should be on the look out and report the ones who violate the laws. Finally, the government should directly involve by suppressing all the plants which produce the uncopyrighted products.