

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบตราสินค้าต่างประเทศของร้าน ก๊อปปี้ ซีดี ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง 2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบตราสินค้าต่างประเทศของร้าน ก๊อปปี้ ซีดี ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเลียนแบบตราสินค้าต่างประเทศของร้าน ก๊อปปี้ ซีดี ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง จำนวน 320 คน วิธีการวิจัย ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One - Way ANOVA) เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธีแอลเอสดี (LSD)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 26 – 35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท ความถี่ในการซื้อสินค้า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งโดยเฉลี่ย 201 – 600 บาท การตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบตราสินค้าต่างประเทศของร้านก๊อปปี้ ซีดี ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านทางเลือก รองลงมาคือด้านการตัดสินใจ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการประเมินทางเลือก ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบตราสินค้าต่างประเทศของร้านก๊อปปี้ ซีดี ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยที่ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบตราสินค้าต่างประเทศของร้านก๊อปปี้ ซีดี และ ในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง แตกต่างกันได้แก่ อายุ รายได้รวมต่อเดือน อาชีพ และค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งโดยเฉลี่ย

The study aimed (1) to determine the affect to buy a commodity copy brand name from foreign country at Copy City in Marbunkrong and (2) to compare the affect to buy a commodity copy brand name from foreign country at Copy City in Marbunkrong classified by personal factors. The sample group consisted of 320 consumers at Copy City in Marbunkrong. The survey research was conducted by administering questionnaires. Then the data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test and match pair test by LSD comparison.

The study found that:

The majorities of samples were female company employees, aged 26 – 35 holding bachelor degrees, earning 10,001 – 20,000 baht of monthly income. Frequency to buy 2 – 3 times/week and the average expenses 201 – 1,000 Baht per once. The affect to buy a commodity copy brand name from foreign country at Copy City in Marbunkrong was illustrated at the high level. In the individual aspect examination, it was found that each of five aspects was also shown at the high level. The highest scores were the choice, followed by the decided. The least scores were the assess. The comparative study of the affect to buy a commodity copy brand name from foreign country at Copy City in Marbunkrong, classified by personal factors found that the factors influencing the perception of the affect to buy a commodity copy brand name from foreign country at Copy City in Marbunkrong were age, monthly income occupation and the average expenses per once.