

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิชา เป้าอารีย์
ผู้อำนวยการศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”

วันเสาร์ที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2557

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โทรศัพท์ 02 -727- 3594-6 โทรสาร 02 -727- 3595
<http://www.nidapoll.nida.ac.th> <http://www.twitter.com/nidapoll> และ <http://www.facebook.com/nidapoll>
E-mail : nida_poll@nida.ac.th / nidapoll.nida@hotmail.co.th

“คนไทยคิดอย่างไร ? กับโฆษณาในโรงภาพยนตร์”

เรียน บรรณาธิการบริหาร / บรรณาธิการข่าว /หัวหน้าข่าว

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับ “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “คนไทยคิดอย่างไร ? กับโฆษณาในโรงภาพยนตร์” โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนที่เข้าชมภาพยนตร์ จากประชาชนทั่วประเทศ กระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ รวมทั้งสิ้นจำนวน 1,257 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับการฉายโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 16 – 17 กรกฎาคม 2557 อาศัยการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งภูมิกภาคออกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาคสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.4

จากการสำรวจ เมื่อถามถึงความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.06 ระบุว่า รู้สึกเฉย ๆ รองลงมา ร้อยละ 18.06 ระบุว่า ชอบ เพราะจะได้รู้จักสินค้าใหม่ ๆ ร้อยละ 15.59 ระบุว่า ใช้นานเกินไป เอาเปรียบผู้บริโภคเกินไป ร้อยละ 12.81 ระบุว่า น่าเบื่อ ร้อยละ 0.48 ระบุว่า อื่น ๆ ไม่ควรมีเลย หรือขึ้นอยู่กับสินค้าบางชิ้น หากเป็นสินค้าที่ชอบก็รู้สึกอยากดู และหากเป็นสินค้าที่ไม่ชอบก็จะรู้สึกเสียเวลา

เมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการมีอิทธิพลของโฆษณาในโรงภาพยนตร์ต่อการเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.43 ระบุว่า เฉย ๆ / ไม่มีผล รองลงมา ร้อยละ 25.78 ระบุว่า อยากซื้อสินค้านั้นมาใช้หลังจากชมโฆษณา ร้อยละ 5.17 ระบุว่า ไม่อยากซื้อ และ ร้อยละ 2.62 ระบุว่า ขึ้นอยู่กับสินค้าบางชนิด

สำหรับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับเวลาที่เหมาะสมในการฉายโฆษณาในโรงภาพยนตร์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.73 ระบุว่า เวลาที่เหมาะสม คือ ประมาณ 1 – 5 นาที รองลงมา ร้อยละ 18.46 ระบุว่า ควรฉายประมาณ 5 – 10 นาที ร้อยละ 14.96 ระบุว่า ไม่ควรมีโฆษณาเลย ร้อยละ 2.78 ระบุว่า ควรฉายประมาณ 6 – 15 นาที ร้อยละ 0.95 ระบุว่า ควรฉายประมาณ 16 – 20 นาที ร้อยละ 0.88 ระบุว่า ไม่ควรเกิน 1 นาที และ ร้อยละ 0.24 ระบุว่า แล้วแต่ความเหมาะสม ยังไงก็ได้

ท้ายที่สุด เมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อการโฆษณาในโรงภาพยนตร์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 34.57 ระบุว่า ควรจำกัดเวลาในการฉายโฆษณา รองลงมา ร้อยละ 24.33 ระบุว่า ควรให้โรงภาพยนตร์ระบุเวลาที่ฉายจริง ๆ (เวลาหลังจากโฆษณาเสร็จแล้ว) ร้อยละ 23.22 ระบุว่า ไม่มีข้อเสนอแนะ เวลาเหมาะสมคืออยู่แล้ว โรงภาพยนตร์ ภาพยนตร์ และ ผู้สนับสนุน ต้องอยู่ควบคู่กัน ร้อยละ 16.84 ระบุว่า ควรลดค่าตั๋วหนัง ร้อยละ 1.04 ระบุว่า อื่น ๆ ได้แก่ ไม่ควรมีการฉายโฆษณา หรือ ถ้าหากมี ควรเป็นโฆษณาที่ไม่ซ้ำเหมือนในโทรทัศน์ หรือควรฉายโฆษณาหลังฉายภาพยนตร์เสร็จแล้ว

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่าง ร้อยละ 20.05 มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 20.68 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ร้อยละ 19.25 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 20.13 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 19.89 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ตัวอย่างร้อยละ 54.97 เป็นเพศชาย ร้อยละ 44.87 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 0.16 เป็นเพศทางเลื้อก ตัวอย่างร้อยละ 16.87 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 44.47 มีอายุ 25 – 39 ปี ร้อยละ 34.45 มีอายุ 40 – 59 ปี และร้อยละ 4.22 มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตัวอย่างร้อยละ 95.39 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมา ร้อยละ 3.50 นับถือศาสนาอิสลาม และร้อยละ 1.11 นับถือศาสนาคริสต์ และอื่น ๆ ตัวอย่างร้อยละ 40.65 สถานภาพโสด ร้อยละ 57.92 สถานภาพสมรสแล้ว และร้อยละ 1.43 สถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่

ตัวอย่าง ร้อยละ 10.84 ระบุว่า จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 31.55 จบการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 12.27 จบการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 39.68 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 5.66 จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตัวอย่าง ร้อยละ 16.08 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.91 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 23.89 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 7.25 ประกอบอาชีพเกษตรกร/ประมง ร้อยละ 16.32 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 9.55 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน และร้อยละ 9.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ตัวอย่าง ร้อยละ 16.79 ระบุว่าไม่มีรายได้ ร้อยละ 13.68 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 33.73 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 14.64 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 6.84 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 7.24 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป และร้อยละ 7.08 ไม่ระบุรายได้

1. ท่านรู้สึกอย่างไรกับโฆษณาในโรงภาพยนตร์

ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์	ร้อยละ
เลข ๆ	53.06
ชอบ เพราะจะได้รู้จักสินค้าใหม่ ๆ	18.06
ใช้เวลานานเกิน เอาเปรียบผู้บริโภคเกินไป	15.59
น่าเบื่อ	12.81
อื่น ๆ ไม่ควรมีเลย ขึ้นอยู่กับสินค้าบางชิ้น หากเป็นสินค้าที่ชอบก็จะรู้สึกอยากดู และหากเป็นสินค้าที่ไม่ชอบก็จะรู้สึกเสียเวลา	0.48
รวม	100.00

2. โฆษณาในโรงภาพยนตร์มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ หรือไม่อย่างไร

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการมีอิทธิพลของโฆษณาในโรงภาพยนตร์ต่อการเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ	ร้อยละ
เลข ๆ / ไม่มีผล	66.43
อยากซื้อสินค้านั้นมาใช้หลังจากชมโฆษณา	25.78
ไม่อยากซื้อ	5.17
ขึ้นอยู่กับสินค้าบางชนิด	2.62
รวม	100.00

3. เวลาที่ท่านคิดว่าเหมาะสมในการฉายโฆษณาในโรงภาพยนตร์

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับเวลาที่เหมาะสมในการฉายโฆษณาในโรงภาพยนตร์	ร้อยละ
ไม่ควรมีโฆษณาเลย	14.96
ไม่ควรเกิน 1 นาที	0.88
1 – 5 นาที	61.73
5 – 10 นาที	18.46
6 – 15 นาที	2.78
16 – 20 นาที	0.95
แล้วแต่ความเหมาะสม ยังไงก็ได้	0.24
รวม	100.00

4. ท่านมีข้อเสนอแนะต่อการโฆษณาในโรงภาพยนตร์

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อการโฆษณาในโรงภาพยนตร์	ร้อยละ
ควรจำกัดเวลาในการฉายโฆษณา	34.57
ควรให้โรงภาพยนตร์ระบุเวลาที่ฉายจริง ๆ (เวลาหลังจากโฆษณาเสร็จแล้ว)	24.33
ไม่มีข้อเสนอแนะ เวลาเหมาะสมดีอยู่แล้ว โรงภาพยนตร์ ภาพยนตร์ และผู้สนับสนุน ต้องอยู่ควบคู่กัน	23.22
ควรลดค่าตั๋วหนัง	16.84
อื่น ๆ ได้แก่ ไม่ควรมีการฉายโฆษณา หรือ ถ้าหากมี ควรเป็นโฆษณาที่ไม่ซ้ำเหมือนในโทรทัศน์ หรือควรฉายโฆษณาหลังฉายภาพยนตร์เสร็จแล้ว	1.04
รวม	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

1. ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	252	20.05
ภาคกลาง	260	20.68
ภาคเหนือ	242	19.25
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	253	20.13
ภาคใต้	250	19.89
รวม	1,257	100.00

2. ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	691	54.97
หญิง	564	44.87
เพศทางเลือก	2	0.16
รวม	1,257	100.00

3. ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	212	16.87
25 – 39 ปี	559	44.47
40 – 59 ปี	433	34.45
60 ปีขึ้นไป	53	4.22
รวม	1,257	100.00

4. ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	1,199	95.39
อิสลาม	44	3.50
คริสต์ และอื่น ๆ	14	1.11
รวม	1,257	100.00

5. ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	511	40.65
สมรส	728	57.92
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	18	1.43
รวม	1,257	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (ต่อ)

6. ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	136	10.84
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	396	31.55
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	154	12.27
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	498	39.68
สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	71	5.66
รวม	1,255	100.00

7. ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	202	16.08
พนักงานเอกชน	225	17.91
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	300	23.89
เกษตรกร/ประมง	91	7.25
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้าง	205	16.32
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	120	9.55
นักเรียน/นักศึกษา	113	9.00
รวม	1,256	100.00

8. ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	211	16.79
ไม่เกิน 10,000	172	13.68
10,001 – 20,000	424	33.73
20,001 – 30,000	184	14.64
30,001 – 40,000	86	6.84
มากกว่า 40,001 ขึ้นไป	91	7.24
ไม่ระบุ	89	7.08
รวม	1,257	100.00