

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุวิชา เป้าอารีย์
ผู้อำนวยการศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”

วันเสาร์และอาทิตย์ที่ 23 – 24 สิงหาคม 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

“ราคาตัวภาพยนตร์และราคาชมหน้าโรงภาพยนตร์”

เรียน บรรณาธิการบริหาร / บรรณาธิการข่าว / หัวหน้าข่าว

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับ “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” เปิดเผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “ราคาตัวภาพยนตร์และราคาชมหน้าโรงภาพยนตร์” โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนที่เข้าชมภาพยนตร์ทั่วประเทศ กระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ รวมทั้งสิ้นจำนวน 1,122 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับความรู้สึกและข้อเสนอแนะต่อราคาตัวภาพยนตร์และราคาชมในโรงภาพยนตร์ ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 15 – 21 สิงหาคม 2557 อาศัยการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งภูมิภาคออกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาคสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.5

จากการสำรวจ เมื่อถามถึงความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อราคาตัวภาพยนตร์ในปัจจุบัน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.99 ระบุว่า ราคาแพงไป รองลงมา ร้อยละ 23.49 ระบุว่า ราคาสมเหตุสมผล ร้อยละ 15.87 ระบุว่า เฉย ๆ ร้อยละ 13.47 ระบุว่า ขึ้นอยู่กับเรื่อง/รอบ/ที่นั่ง/โรงฉาย และ ร้อยละ 0.18 ระบุว่า ราคาถูกเกินไป

เมื่อถามถึงอิทธิพลของราคาตัวภาพยนตร์ที่แพงขึ้น ต่อการเลือกชมภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.01 ระบุว่า จะเลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบดูจริง ๆ รองลงมา ร้อยละ 14.72 ระบุว่า ไม่มีผลตัวแพงก็สามารถดูได้ ร้อยละ 8.24 ระบุว่า เลือกดูภาพยนตร์ในวันที่ตัวราคาถูก ร้อยละ 8.16 ระบุว่า เลือกที่จะไม่ดู ร้อยละ 3.72 ระบุว่า เลือกใช้โปรโมชันต่าง ๆ เพื่อลดราคาตัวภาพยนตร์ และ ร้อยละ 1.15 ระบุว่า เลือกดูเรื่องที่ใกล้จะออกโรงภาพยนตร์

สำหรับข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อราคาตัวภาพยนตร์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 40.11 ระบุว่า ควรลดราคาตัวภาพยนตร์ รองลงมา ร้อยละ 37.30 ระบุว่า ควรมีโปรโมชันสำหรับตัวภาพยนตร์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ร้อยละ 15.00 ระบุว่า ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาตรวจสอบและควบคุมราคาตัวภาพยนตร์ ร้อยละ 0.56 ระบุว่า ควรเพิ่มราคาตัวภาพยนตร์ ร้อยละ 0.63 ระบุว่า อื่น ๆ ได้แก่ ควรกำหนดราคาตัวภาพยนตร์ตามอายุหรือคุณภาพของภาพยนตร์ ถ้าเป็นภาพยนตร์ที่ดีก็มีตัวราคาแพง เพื่อเป็นกำลังใจให้แก่ผู้สร้างภาพยนตร์ และควรมีราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และ ร้อยละ 6.40 ระบุว่า ไม่มีข้อเสนอแนะ/เฉย ๆ

ด้านความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อราคาของชมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ในปัจจุบัน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.29 ระบุว่า ราคาแพงไป รองลงมา ร้อยละ 9.49 ระบุว่า ราคาสมเหตุสมผล ร้อยละ 8.87 ระบุว่า เฉย ๆ และ ร้อยละ 0.35 ระบุว่า ราคาถูกเกินไป

เมื่อถามถึงอิทธิพลของราคาชมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ ต่อการเลือกซื้อชมหน้าโรงภาพยนตร์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.05 ระบุว่า มีผลโดยเลือกซื้อเฉพาะชมที่ชอบทาน/จำเป็นเท่านั้น ร้อยละ 39.72 ระบุว่า มีผลมากและไม่ซื้อเลย ร้อยละ 12.23 ระบุว่า ไม่มีผล สามารถซื้อทานได้ตามปกติ

ท้ายที่สุด เมื่อถามถึงข้อเสนอแนะของประชาชนต่อราคาของนมที่ขายหน้าโรงพยาบาล พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.12 ระบุว่า ควรลดราคาของนมที่ขายหน้าโรงพยาบาล ร้อยละ 22.13 ระบุว่า ควรมีโปรโมชั่นสำหรับนมที่ขายหน้าโรงพยาบาล ร้อยละ 20.37 ระบุว่า ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาตรวจสอบและควบคุมราคาของนมหน้าโรงพยาบาล ร้อยละ 0.92 ระบุว่า ควรเพิ่มราคาของนมที่ขายหน้าโรงพยาบาล ร้อยละ 0.79 ระบุว่า อื่น ๆ ควรติดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน สามารถให้นำนมที่ซื้อข้างนอกจากโรงพยาบาลเข้าไปทานได้ และ ควรเป็นนมที่มีประโยชน์และคุ้มค่างับราคา และ ร้อยละ 6.68 ระบุว่า ไม่มีข้อเสนอแนะ / เลข ๆ

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่าง ร้อยละ 30.50 มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 19.59 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ร้อยละ 17.46 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 16.22 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 16.22 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ตัวอย่างร้อยละ 49.65 เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.91 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 0.44 เป็นเพศทางเลือก ตัวอย่างร้อยละ 25.73 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 45.95 มีอายุ 25 – 39 ปี ร้อยละ 25.56 มีอายุ 40 – 59 ปี และร้อยละ 2.76 มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตัวอย่างร้อยละ 95.99 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมา ร้อยละ 3.56 นับถือศาสนาอิสลาม และร้อยละ 0.45 นับถือศาสนาคริสต์ และอื่น ๆ ตัวอย่างร้อยละ 52.23 สถานภาพโสด ร้อยละ 45.72 สถานภาพสมรสแล้ว และร้อยละ 2.05 สถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่

ตัวอย่าง ร้อยละ 6.15 ระบุว่า จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 29.77 จบการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 11.94 จบการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 44.47 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 7.66 จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตัวอย่าง ร้อยละ 15.86 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23.26 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 23.89 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 3.57 ประกอบอาชีพเกษตรกร/ประมง ร้อยละ 9.71 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 7.40 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน และร้อยละ 16.31 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ตัวอย่าง ร้อยละ 19.50 ระบุว่า ไม่มีรายได้ ร้อยละ 11.08 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 30.76 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 13.30 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 6.83 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 8.24 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป และร้อยละ 10.28 ไม่ระบุรายได้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับราคาตัวภาพยนต์ในปัจจุบัน

ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อราคาตัวภาพยนต์ในปัจจุบัน	ร้อยละ
ราคาแพงไป	46.99
ราคาสมเหตุสมผล	23.49
เลข ๆ	15.87
ขึ้นอยู่กับเรื่อง/รอบ/ที่นั่ง/โรงฉาย	13.47
ราคาถูกเกินไป	0.18
รวม	100.00

2. ราคาตัวภาพยนต์ที่แพงขึ้นมีผลต่อการเลือกชมภาพยนต์ของท่านหรือไม่ อย่างไร

อิทธิพลของราคาตัวภาพยนต์ที่แพงขึ้น ต่อการเลือกชมภาพยนต์เรื่องนั้น ๆ	ร้อยละ
เลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบดูจริง ๆ	64.01
ไม่มีผล ตัวแพงก็สามารถดูได้	14.72
เลือกดูภาพยนต์ในวันที่ตัวราคาถูก	8.24
เลือกที่จะไม่ดู	8.16
เลือกไปชมโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อลดราคาตัวภาพยนต์	3.72
เลือกดูเรื่องที่ใกล้จะออกโรงภาพยนต์	1.15
รวม	100.00

3. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเกี่ยวกับราคาตัวภาพยนตร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อเสนอแนะของประชาชนต่อราคาตัวภาพยนตร์	ร้อยละ
ควรลดราคาตัวภาพยนตร์	40.11
ควรมีโปรโมชั่นสำหรับตัวภาพยนตร์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น	37.30
ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาตรวจสอบและควบคุมราคาตัวภาพยนตร์	15.00
ควรเพิ่มราคาตัวภาพยนตร์	0.56
อื่น ๆ ได้แก่ ควรกำหนดราคาตัวภาพยนตร์ตามอายุหรือคุณภาพของภาพยนตร์ ถ้าเป็นภาพยนตร์ที่ดีก็มี ตัวราคาแพง เพื่อเป็นกำลังใจให้แก่ผู้สร้างภาพยนตร์ และควรมีราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	0.63
ไม่มีข้อเสนอแนะ/เลข ๆ	6.40
รวม	100.00

4. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรกับราคาของขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ในปัจจุบัน

ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อราคาของขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ในปัจจุบัน	ร้อยละ
ราคาแพงไป	81.29
ราคาสมเหตุสมผล	9.49
เลข ๆ	8.87
ราคาถูกเกินไป	0.35
รวม	100.00

5. ราคาของขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ มีผลต่อการเลือกซื้อขนมหน้าโรงภาพยนตร์หรือไม่ อย่างไร

อิทธิพลของราคาขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ ต่อการเลือกซื้อขนมหน้าโรงภาพยนตร์	ร้อยละ
มีผลโดยเลือกซื้อเฉพาะขนมที่อยากทาน/จำเป็นเท่านั้น	48.05
มีผลมากและไม่ซื้อเลย	39.72
ไม่มีผล สามารถซื้อทานได้ตามปกติ	12.23
รวม	100.00

6. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเกี่ยวกับราคาของขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อเสนอแนะของประชาชนต่อราคาของขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์	ร้อยละ
ควรลดราคาขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์	49.12
ควรมีโปรโมชั่นสำหรับขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์	22.13
ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาตรวจสอบและควบคุมราคาขนมหน้าโรงภาพยนตร์	20.37
ควรเพิ่มราคาขนมที่ขายหน้าโรงภาพยนตร์	0.92
อื่น ๆ ควรติดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน สามารถให้นำขนมที่ซื้อข้างนอกจากโรงภาพยนตร์เข้าไปทานได้ และควรเป็นขนมที่มีประโยชน์และคุ้มค่างับราคา	0.79
ไม่มีข้อเสนอแนะ / เลข ๆ	6.68
รวม	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

1. ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	344	30.50
ภาคกลาง	221	19.59
ภาคเหนือ	197	17.46
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	183	16.22
ภาคใต้	183	16.22
รวม	1,128	100.00

2. ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	560	49.65
หญิง	563	49.91
เพศทางเลื้อก	5	0.44
รวม	1,128	100.00

3. ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	289	25.73
25 – 39 ปี	516	45.95
40 – 59 ปี	287	25.56
60 ปีขึ้นไป	31	2.76
รวม	1,123	100.00

4. ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	1,078	95.99
อิสลาม	40	3.56
คริสต์ และอื่น ๆ	5	0.45
รวม	1,123	100.00

5. ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	586	52.23
สมรส	513	45.72
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	23	2.05
รวม	1,122	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (ต่อ)

6. ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	69	6.15
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	334	29.77
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	134	11.94
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	499	44.47
สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	86	7.66
รวม	1,122	100.00

7. ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	178	15.86
พนักงานเอกชน	261	23.26
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	268	23.89
เกษตรกร/ประมง	40	3.57
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้าง	109	9.71
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	83	7.40
นักเรียน/นักศึกษา	183	16.31
รวม	1,122	100.00

8. ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	220	19.50
ไม่เกิน 10,000	125	11.08
10,001 – 20,000	347	30.76
20,001 – 30,000	150	13.30
30,001 – 40,000	77	6.83
มากกว่า 40,001 ขึ้นไป	93	8.24
ไม่ระบุ	116	10.28
รวม	1,128	100.00