

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิชา เป้าอารีย์

ผู้อำนวยการศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”

วันพฤหัสบดีที่ 7 กรกฎาคม และศุกร์ที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

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

“การเป็นพรีเซ็นเตอร์ของดารา”

เรียน บรรณาธิการบริหาร / บรรณาธิการข่าว / หัวหน้าข่าว

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับ “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” เปิดเผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “การเป็นพรีเซ็นเตอร์ของดารา” โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนทั่วประเทศ กระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ รวมทั้งสิ้นจำนวน 1,250 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของดารา ทำการสำรวจระหว่าง วันที่ 22 – 23 มิถุนายน 2559 การสำรวจอาศัยการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูล ตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งภูมิภาคนอกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาคสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.4

จากการสำรวจ เมื่อสอบถามถึงความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับอิทธิพลของดารา – นักแสดงที่เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.52 ระบุว่า ไม่มีผล รองลงมา ร้อยละ 32.24 ระบุว่า มีผลต่อการเลือกซื้อ และร้อยละ 2.24 ระบุว่า ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ/แล้วแต่สินค้า/แล้วแต่ตัวพรีเซ็นเตอร์ โดยในจำนวนผู้ที่ระบุว่าไม่มีผลนั้น ส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.84 ระบุว่า ดูที่ประโยชน์การใช้งานเป็นหลัก รองลงมา ร้อยละ 26.37 ระบุว่า เป็นสินค้าที่ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว ร้อยละ 24.54 ระบุว่า ดูที่ราคาและความคุ้มค่า ร้อยละ 24.05 ระบุว่า คุ้มหรือของตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก / เชื่อถือที่ยี่ห้อ และร้อยละ 0.12 ระบุว่า อยู่ที่ความพึงพอใจของตนเองเป็นหลัก

สำหรับผู้ที่ระบุว่ามีผลต่อการเลือกซื้อสินค้านั้น ในจำนวนนี้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.68 ให้เหตุผลว่า สินค้าดูมีความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ รองลงมา ร้อยละ 37.72 ระบุว่า พรีเซ็นเตอร์ดูเหมาะสมน่าเชื่อถือ ร้อยละ 29.28 ระบุว่า เป็นดาราที่ชื่นชอบ ร้อยละ 5.71 ระบุว่า เชื่อว่าพรีเซ็นเตอร์ดาราใช้สินค้านั้นจริง ๆ และร้อยละ 0.99 ระบุอื่น ๆ ได้แก่ สามารถจดจำสินค้าได้ง่าย เพราะเป็นดาราที่มีชื่อเสียง และเป็นเพราะตามกระแสสังคม

ความคิดเห็นของประชาชนต่อสื่อโฆษณารูปแบบต่าง ๆ ที่ทำให้ประชาชนจดจำตัวสินค้าได้มากที่สุด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 78.00 ระบุว่า เป็นทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 9.44 ระบุว่า เป็นสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ร้อยละ 5.60 ระบุว่า เป็นป้ายบิลบอร์ด ป้ายโฆษณาตามท้องถนน ร้อยละ 1.92 ระบุว่า เป็นทางวิทยุ ร้อยละ 1.76 ระบุว่า เป็นเอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ร้อยละ 1.36 ระบุว่า เป็นการจัดงานกิจกรรม อีเวนท์ การออกบูธต่าง ๆ และร้อยละ 1.92 ระบุอื่น ๆ ได้แก่ ทุกสื่อล้วนมีผลทั้งสิ้น, สื่อบุคคล (การบอกต่อ), ขณะที่บางส่วนระบุว่า สื่อไม่ได้มีผลมากนัก ขึ้นอยู่กับการนำเสนอของสื่อ

ความคิดเห็นของประชาชนต่อการใช้สินค้าจริง ๆ ของดารา – นักแสดง ที่ตนเองเป็นพรีเซ็นเตอร์อยู่ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.80 ระบุว่า ไม่ได้ใช้จริง รองลงมา ร้อยละ 12.72 ระบุว่า ใช้จริง ขณะที่ร้อยละ 24.48 ระบุว่า ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ/แล้วแต่สินค้า/แล้วแต่ตัวพรีเซ็นเตอร์

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 8.64 มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ ร้อยละ 25.52 มีภูมิลำเนาอยู่ปริมณฑลและภาคกลาง ร้อยละ 18.16 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 33.52 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 14.16 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ตัวอย่าง ร้อยละ 51.52 เป็นเพศชาย ร้อยละ 48.24 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 0.24 เป็นเพศทางเลือก

ตัวอย่าง ร้อยละ 8.32 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 19.12 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 24.32 มีอายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 29.36 มีอายุ 46 – 59 ปี ร้อยละ 14.88 มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และร้อยละ 4.00 ไม่ระบุอายุ ตัวอย่าง ร้อยละ 92.56 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 2.40 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 0.72 นับถือศาสนาคริสต์/ฮินดู/ซิกข์/ยิว/ไม่นับถือศาสนาใด ๆ และร้อยละ 4.32 ไม่ระบุศาสนา

ตัวอย่างร้อยละ 23.04 สถานภาพโสด ร้อยละ 70.80 สมรสแล้ว ร้อยละ 1.68 หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ และร้อยละ 4.48 ไม่ระบุ สถานภาพการสมรส ตัวอย่างร้อยละ 25.68 จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 26.48 จบการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 8.24 จบการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 29.20 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 5.28 จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 5.12 ไม่ระบุการศึกษา

ตัวอย่างร้อยละ 13.12 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.04 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 25.20 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 13.84 ประกอบอาชีพเกษตรกร/ประมง ร้อยละ 12.40 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน ร้อยละ 13.60 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน ร้อยละ 3.52 เป็นนักเรียน/นักศึกษา และร้อยละ 5.28 ไม่ระบุอาชีพ ตัวอย่างร้อยละ 15.60 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 17.52 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 28.88 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 13.84 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 6.08 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 7.44 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป และร้อยละ 10.64 ไม่ระบุรายได้

1. ดารา – นักแสดงที่เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของท่านหรือไม่ (เลือกตอบ 1 ข้อ)

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับอิทธิพลของดารา – นักแสดงที่เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ร้อยละ
ไม่มีผล	65.52
เพราะดูที่ประโยชน์การใช้งานเป็นหลัก	48.84
เป็นสินค้าที่ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว	26.37
ดูที่ราคาและความคุ้มค่า	24.54
ดูยี่ห้อของตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก / เชื่อถือที่ยี่ห้อ	24.05
อยู่ที่ความพึงพอใจของตนเองเป็นหลัก	0.12
มีผลต่อการเลือกซื้อ	32.24
สินค้าดูมีความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ	42.68
พรีเซ็นเตอร์ดูเหมาะสมน่าเชื่อถือ	37.72
เป็นดาราที่ชื่นชอบ	29.28
เชื่อว่าพรีเซ็นเตอร์ดาราใช้สินค้านั้นจริง ๆ	5.71
อื่น ๆ ได้แก่ สามารถจดจำสินค้าได้ง่าย เพราะเป็นดาราที่มีชื่อเสียง และเป็นเพราะตามกระแสสังคม	0.99
ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ/แล้วแต่สินค้า/แล้วแต่ตัวพรีเซ็นเตอร์	2.24
รวม	100.00

2. สื่อโฆษณาแบบใดที่ทำให้ท่านจดจำตัวสินค้าได้มากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อ)

ความคิดเห็นของประชาชนต่อสื่อโฆษณาแบบต่าง ๆ ที่ทำให้ประชาชนจดจำตัวสินค้าได้มากที่สุด	ร้อยละ
ทางโทรทัศน์	78.00
สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ	9.44
ป้ายบิลบอร์ด ป้ายโฆษณาตามท้องถนน	5.60
ทางวิทยุ	1.92
เอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	1.76
การจัดงานกิจกรรม อีเวนท์ การออกบูธต่าง ๆ	1.36
อื่น ๆ ได้แก่ ทุกสื่อล้วนมีผลทั้งสิ้น, สื่อบุคคล (การบอกต่อ), ขณะที่บางส่วนระบุว่า สื่อไม่ได้มีผลมากนัก ขึ้นอยู่กับการนำเสนอของสื่อ	1.92
รวม	100.00

3. ท่านคิดว่า ส่วนใหญ่ดารา – นักแสดงใช้สินค้าที่ตนเองเป็นพรีเซ็นเตอร์จริง ๆ หรือไม่

ความคิดเห็นของประชาชนต่อการใช้สินค้าจริง ๆ ของดารา – นักแสดง ที่ตนเองเป็นพรีเซ็นเตอร์อยู่	ร้อยละ
ไม่ได้ใช้จริง	62.80
ใช้จริง	12.72
ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ/แล้วแต่สินค้า/แล้วแต่ตัวพรีเซ็นเตอร์	24.48
รวม	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

1. ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	108	8.64
ปริมณฑลและภาคกลาง	319	25.52
ภาคเหนือ	227	18.16
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	419	33.52
ภาคใต้	177	14.16
รวม	1,250	100.00

2. ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	644	51.52
หญิง	603	48.24
เพศทางเลือก	3	0.24
รวม	1,250	100.00

3. ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	104	8.32
26 - 35 ปี	239	19.12
36 - 45 ปี	304	24.32
45 - 59 ปี	367	29.36
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	186	14.88
ไม่ระบุ	50	4.00
รวม	1,250	100.00

4. ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	1,157	92.56
อิสลาม	30	2.40
คริสต์/ฮินดู/ซิกข์/ยิว/ไม่นับถือศาสนาใด ๆ	9	0.72
ไม่ระบุ	54	4.32
รวม	1,250	100.00

5. ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	288	23.04
สมรส	885	70.80
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	21	1.68
ไม่ระบุ	56	4.48
รวม	1,250	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (ต่อ)

6. ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	321	25.68
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	331	26.48
อนุปริญญา/เทียบเท่า	103	8.24
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	365	29.20
สูงกว่าปริญญาตรี/เทียบเท่า	66	5.28
ไม่ระบุ	64	5.12
รวม	1,250	100.00

7. ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	164	13.12
พนักงานเอกชน	163	13.04
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	315	25.20
เกษตรกร/ประมง	173	13.84
รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน	155	12.40
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	170	13.60
นักเรียน/นักศึกษา	44	3.52
พนักงานองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร	-	-
ไม่ระบุ	66	5.28
รวม	1,250	100.00

8. ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	195	15.60
ไม่เกิน 10,000	219	17.52
10,001 – 20,000	361	28.88
20,001 – 30,000	173	13.84
30,001 – 40,000	76	6.08
มากกว่า 40,001 ขึ้นไป	93	7.44
ไม่ระบุ	133	10.64
รวม	1,250	100.00