

วันเสาร์ที่ 26 และวันอาทิตย์ที่ 27 สิงหาคม 2560
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

“ดารากับการถ่ายวีวีวีสินค้า”

เรียน บรรณาธิการบริหาร / บรรณาธิการข่าว / หัวหน้าข่าว

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับ “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” เปิดเผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “ดารากับการถ่ายวีวีวีสินค้า” โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนทั่วประเทศ กระจายทุกระดับการศึกษา และอาชีพ รวมทั้งสิ้นจำนวน 1,251 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับดารากับการถ่ายวีวีวีสินค้า ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 7 – 8 สิงหาคม 2560 การสำรวจอาศัยการสุ่มตัวอย่างด้วยความน่าจะเป็นจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยวิธีแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามภูมิภาคออกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาคสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.4

จากการสำรวจ เมื่อสอบถามถึงความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับดารากับการถ่ายวีวีวีสินค้า พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.24 ระบุว่า ดาราท่านนั้นถูกจ้างให้รีวิว โดยที่ไม่ได้ใช้สินค้านั้น รองลงมา ร้อยละ 13.19 ระบุว่า เป็นเจ้าของแบรนด์เอง รีวิวเอง ร้อยละ 11.75 ระบุว่า อาจเคยใช้บ้าง ร้อยละ 8.87 ระบุว่า คิดว่าดาราท่านนั้นใช้ของจริง ๆ ร้อยละ 7.75 ระบุว่า คนรู้จัก (เพื่อนดาราคอนในวงการด้วยกัน / เพื่อน /ญาติ) ให้ช่วยรีวิวให้ และร้อยละ 5.20 ระบุว่าอื่น ๆ ได้แก่ คิดว่าเป็นสินค้าดีอยู่แล้ว แต่ใช้คารามารีวิวเพื่อให้รู้จักมากขึ้น เป็นการสร้างกระแส ขณะที่บางส่วนระบุว่า ดาราไม่สามารถดึงดูดให้ซื้อสินค้านั้น ๆ ได้

สำหรับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการถ่ายวีวีวีสินค้าของดาราท่านว่าจะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือไม่นั้น พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.96 ระบุว่า ไม่มีผล รองลงมา ร้อยละ 28.46 ระบุว่า ขึ้นอยู่กับสินค้าหรือตัวดาราร้อยละ 23.58 ระบุว่า มีผล ซึ่งในจำนวนผู้ที่ระบุว่า ไม่มีผล พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.33 ระบุว่า มั่นใจในคุณภาพของสินค้ามากกว่าดารารองลงมา ร้อยละ 31.17 ระบุว่า ปกติซื้อที่ความคุ้มค่าหรือประโยชน์ของสินค้าเป็นหลัก ร้อยละ 18.17 ระบุว่า ถ้าเป็นสินค้าที่ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว ร้อยละ 13.33 ระบุว่า ปกติซื้อสินค้าจะดูยี่ห้อเป็นหลัก และร้อยละ 1.00 ระบุว่าอื่น ๆ ได้แก่ ดูรีวิวจากคนใช้จริง ๆ และซื้อตามเพื่อนหรือตามกระแส ส่วนในจำนวนผู้ที่ระบุว่า มีผล พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 34.58 ระบุว่า ถ้าเป็นดาราคอนที่คุ้นเคยหรือชอบดาราร้อยละ 33.22 ระบุว่า ถ้าเป็นสินค้าที่เราต้องการจะซื้ออยู่แล้ว ร้อยละ 18.98 ระบุว่า ถ้าเป็นดาราคอนที่ชื่นชอบอยู่แล้ว ร้อยละ 6.78 ระบุว่า ดูน่าเชื่อถือมากกว่าเน็ตไอดอล เจ้าของแบรนด์ หรือคนทั่วไปที่รีวิวเอง ร้อยละ 6.10 ระบุว่า ถ้าเป็นดาราคอนที่ดูแล้วน่าจะซื้อสินค้านั้นจริง ๆ และร้อยละ 0.34 ไม่ระบุ

ท้ายที่สุดเมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับสินค้าประเภทต่าง ๆ ถ้าหากมีดารามารีวิวว่าดี จะทำให้มีผลต่อการซื้อของประชาชนมากที่สุด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.71 ระบุว่า เป็น เครื่องสำอาง รองลงมา ร้อยละ 23.05 ระบุว่า เป็น เสื้อผ้าหรือรองเท้า ร้อยละ 20.00 ระบุว่า เป็นอาหารเสริมหรือยาลดน้ำหนัก ร้อยละ 7.46 ระบุว่า อาหาร ขนม เครื่องดื่ม ร้อยละ 4.75 ระบุว่า เป็น เครื่องประดับ และร้อยละ 2.03 ระบุว่าอื่น ๆ ได้แก่ รถ เครื่องออกกำลังกาย เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เสื้อผ้า สบู่ ยาสีฟัน ยาปลูกผม และของใช้ทั่วไป

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 8.63 มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ ร้อยละ 25.50 มีภูมิลำเนาอยู่ปริมณฑลและภาคกลาง ร้อยละ 18.31 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 33.57 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 13.99 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ตัวอย่าง ร้อยละ 49.08 เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.76 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 0.16 เป็นเพศทางเลือก ตัวอย่างร้อยละ 10.23 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 19.58 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 23.90 มีอายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 28.78 มีอายุ 46 – 59 ปี ร้อยละ 14.55 มีอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป และร้อยละ 2.96 ไม่ระบุอายุ ตัวอย่าง ร้อยละ 90.97 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 3.44 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 1.20 นับถือศาสนาอื่น ๆ เช่น คริสต์/ฮินดู/ซิกข์/ยิว/ไม่นับถือศาสนาใด ๆ และร้อยละ 4.40 ไม่ระบุศาสนา ตัวอย่างร้อยละ 27.74 สถานภาพโสด ร้อยละ 61.63 สมรสแล้ว ร้อยละ 5.68 หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ และร้อยละ 4.96 ไม่ระบุสถานภาพการสมรส ตัวอย่างร้อยละ 22.78 จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 32.69 จบการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 6.08 จบการศึกษานานาชาติหรือเทียบเท่า ร้อยละ 27.74 จบการศึกษานานาชาติหรือเทียบเท่า ร้อยละ 4.96 จบการศึกษามากกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 5.76 ไม่ระบุการศึกษา

ตัวอย่างร้อยละ 11.19 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.67 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 20.86 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 14.07 ประกอบอาชีพเกษตรกร/ประมง ร้อยละ 14.87 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน ร้อยละ 15.91 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน ร้อยละ 3.36 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 0.16 เป็นพนักงานองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร และร้อยละ 5.92 ไม่ระบุอาชีพ

ตัวอย่างร้อยละ 13.67 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 22.86 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 25.34 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 11.51 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 4.48 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 8.79 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป และร้อยละ 13.35 ไม่ระบุรายได้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่คารามารีวิวสินค้า (เลือกตอบ 1 ข้อ)

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคารามารีวิวสินค้า	ร้อยละ
ลูกจ้างให้ริวิวโดยที่ไม่ได้ใช้สินค้านั้น	53.24
เป็นเจ้าของแบรนด์เอง ริวิวเอง	13.19
อาจเคยใช้บ้าง	11.75
คิดว่าคารามาท่านนั้นใช้เองจริง ๆ	8.87
คนรู้จัก (เพื่อนคาราคนในวงการด้วยกัน / เพื่อน /ญาติ) ให้ช่วยริวิวให้	7.75
อื่น ๆ ได้แก่ คิดว่าเป็นสินค้าดีอยู่แล้ว แต่ใช้คารามารีวิวเพื่อให้รู้จักมากขึ้น เป็นการสร้างกระแส ขณะที่บางส่วนระบุว่า คาราไม่สามารถดึงดูดให้ซื้อสินค้านั้น ๆ ได้	5.20
รวม	100.00

2. การถ่ายริวิวสินค้าของคาราบางท่าน จะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของท่านหรือไม่ (เลือกตอบ 1 ข้อ)

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการถ่ายริวิวสินค้าของคาราบางท่านว่าจะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือไม่	ร้อยละ
ไม่มีผล (เหตุผล)	47.96
มั่นใจในคุณภาพของสินค้ามากกว่าคารา	36.33
ปกติดูที่ความคุ้มค่าหรือประโยชน์ของสินค้าเป็นหลัก	31.17
ถ้าเป็นสินค้าที่ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว	18.17
ปกติซื้อสินค้าจะดูยี่ห้อเป็นหลัก	13.33
อื่น ๆ ได้แก่ ดูริวิวจากคนใช้จริง ๆ และซื้อตามเพื่อน หรือตามกระแส	1.00
ขึ้นอยู่กับสินค้าหรือตัวคารา	28.46
มีผล (เหตุผล)	23.58
ถ้าเป็นคาราที่ดูน่าเชื่อถือ	34.58
ถ้าเป็นสินค้าที่เราต้องการจะซื้ออยู่แล้ว	33.22
ถ้าเป็นคาราที่ชื่นชอบอยู่แล้ว	18.98
ดูน่าเชื่อถือมากกว่าเน็ตไอดอล เจ้าของแบรนด์ หรือคนทั่วไปที่ริวิวเอง	6.78
ถ้าเป็นคาราที่ดูแล้วว่าจะใช้สินค้านั้นจริง ๆ	6.10
ไม่ระบุ	0.34
รวม	100.00

3. สินค้าประเภทใด ถ้าหากมีคารามารีวิวว่าดี จะทำให้มีผลต่อการซื้อของท่านมากที่สุด (เลือกตอบ 1 ข้อ) (เฉพาะผู้ที่ระบุว่า มีผลต่อการเลือกซื้อ n = 295)

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับสินค้าประเภทต่าง ๆ ถ้าหากมีคารามารีวิวว่าดี จะทำให้มีผลต่อการซื้อของประชาชนมากที่สุด	ร้อยละ
เครื่องสำอาง	42.71
เสื้อผ้า / รองเท้า	23.05
อาหารเสริม / ยาลดน้ำหนัก	20.00
อาหาร ขนม เครื่องดื่ม	7.46
เครื่องประดับ	4.75
อื่น ๆ ได้แก่ รถ เครื่องออกกำลังกาย เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเสื้อผ้า สมุนไพร ยาสิฟัน ยาปลูกผม และของใช้ทั่วไป	2.03
รวม	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	108	8.63
ปริมณฑลและภาคกลาง	319	25.50
ภาคเหนือ	229	18.31
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	420	33.57
ภาคใต้	175	13.99
รวม	1,251	100.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	614	49.08
หญิง	635	50.76
เพศทางเลือก	2	0.16
รวม	1,251	100.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	128	10.23
26 – 35 ปี	245	19.58
36 – 45 ปี	299	23.90
46 – 59 ปี	360	28.78
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	182	14.55
ไม่ระบุ	37	2.96
รวม	1,251	100.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	1,138	90.97
อิสลาม	43	3.44
คริสต์/ฮินดู/ซิกข์/ยิว/ไม่นับถือศาสนาใด ๆ	15	1.20
ไม่ระบุ	55	4.40
รวม	1,251	100.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	347	27.74
สมรส	771	61.63
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	71	5.68
ไม่ระบุ	62	4.96
รวม	1,251	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (ต่อ)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	285	22.78
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	409	32.69
อนุปริญญา/เทียบเท่า	76	6.08
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	347	27.74
สูงกว่าปริญญาตรี/เทียบเท่า	62	4.96
ไม่ระบุ	72	5.76
รวม	1,251	100.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	140	11.19
พนักงานเอกชน	171	13.67
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	261	20.86
เกษตรกร/ประมง	176	14.07
รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน	186	14.87
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	199	15.91
นักเรียน/นักศึกษา	42	3.36
พนักงานองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร	2	0.16
ไม่ระบุ	74	5.92
รวม	1,251	100.00

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	171	13.67
ไม่เกิน 10,000	286	22.86
10,001 – 20,000	317	25.34
20,001 – 30,000	144	11.51
30,001 – 40,000	56	4.48
มากกว่า 40,001 ขึ้นไป	110	8.79
ไม่ระบุ	167	13.35
รวม	1,251	100.00