

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 23-29 มกราคม 2564

สำรวจพฤติกรรมฟังเพลงผ่านสื่อของชาวแคนาดา

เมื่อความบันเทิงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และการเข้ามาของโรคระบาด COVID-19 ได้ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อความบันเทิงของผู้บริโภคเปลี่ยนไป อีกทั้งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อมากมาย โดยเฉพาะการไปสู่สื่อดิจิทัลที่เร็วขึ้นกว่าเดิมหลายปี ในครั้งนี้ บริษัทวิจัยตลาด Research Co. ร่วมมือกับบริษัท Glacier Media ประเทศแคนาดา ได้จัดทำโพลกลุ่มตัวอย่างชาวแคนาดาจำนวน 1,000 รายจากทั่วประเทศ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแนวโน้มต่อการซื้อและฟังเพลงในขณะนี้ เทียบกับช่วงเวลาเมื่อต้นปี 2562 หรือช่วงก่อน COVID-19

โดยจากการสำรวจพฤติกรรมการรับฟังเพลงของชาวแคนาดา ส่วนมากยังคงผ่านทางช่องทางวิทยุ โดยจำนวนร้อยละ 66 กล่าวว่า รับฟังวิทยุจากที่บ้านและรับฟังในขณะที่อยู่บนรถในช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เทียบกับช่วงเวลาปีที่ผ่านมา และผลสำรวจอื่น ๆ ที่ประกอบไปด้วยดังนี้



ช่วงอายุของผู้รับฟังวิทยุ พบว่าชาวแคนาดาที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนการรับฟังวิทยุที่ร้อยละ 70 (ลดลงร้อยละ 4) ตามด้วยกลุ่มอายุ 35-54 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 68 (ลดลงร้อยละ 1) และกลุ่มอายุ 18-34 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 53 (ลดลงร้อยละ 9)

ช่วงอายุของการรับฟังเพลงผ่าน Music Streaming บนแพลตฟอร์ม

ดิจิทัล พบว่า ชาวแคนาดาร้อยละ 40 มีการฟังเพลงมิวสิกสตรีมมิ่ง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8) โดยแบ่งเป็นช่วงอายุ 18-34 ปี นิยมการฟังเพลงสตรีมมิ่งมากที่สุด มีสัดส่วนร้อยละ 64 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10) รองลงมาคือกลุ่มผู้ฟังในช่วงอายุ 35-44 ปี สัดส่วนร้อยละ 45 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10) และกลุ่มผู้มีอายุ 55 ปีขึ้นไป สัดส่วนร้อยละ 28 (ลดลงร้อยละ 1)

อุปกรณ์หลักในการรับฟังเพลง จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 30 ของชาวแคนาดาฟังเพลงจากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือที่มีการบันทึกเพลงไว้ (ลดลงร้อยละ 1) ตามมาด้วยร้อยละ 16 ยังฟังเพลงจากแผ่นเสียง/แผ่นซีดี (ลดลงร้อยละ 5) ซึ่งการฟังเพลงจากแผ่นเสียงจะเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ช่องทางในการรับฟังเพลง จากการสำรวจพบว่า ชาวแคนาดาร้อยละ 20 จ่ายค่าเช่าเหมารายเดือนให้กับผู้ให้บริการ Music Streaming ในการฟังเพลง ตามมาด้วยการฟังเพลงจากสถานีวิทยุแซทเทิลไลท์ที่มีชาวแคนาดา

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
 563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
 1009-1166 Alberni Street
 Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
 Fax: +1 604 683 6775
 Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 23-29 มกราคม 2564

ร้อยละ 12 จ่ายค่าบริการรายเดือนให้ ในขณะที่เดียวกัน มีชาวแคนาดาเพียงร้อยละ 11 ยังมีการดาวน์โหลดเพลงฟัง และร้อยละ 10 ยังคงซื้อแผ่นเสียง/แผ่นซีดี ตามลำดับ

จากข้อมูลสำรวจพฤติกรรมข้างต้น พบว่า มิกสิกสตรีมมิ่ง (Music Steaming) เข้ามาเป็นช่องทางฟังเพลงที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทว่าก็มีประเด็นโจมตีธุรกิจมิกสิกสตรีมมิ่งในเรื่องของการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ศิลปินและค่ายเพลงที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งในมุมมองของผู้ฟังเพลงชาวแคนาดาร้อยละ 40 มองว่าศิลปินและค่ายเพลงได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม (ลดลงร้อยละ 11) ในขณะที่ร้อยละ 41 เห็นว่ายังได้รับการจ่ายค่าตอบแทนที่น้อยไป (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8)

ทั้งนี้ ตลอดเวลาที่ผ่านมาสรุปได้ว่า พฤติกรรมและช่องทางเลือกฟังเพลงของชาวแคนาดาจากปัจจัยด้านอายุของผู้ฟังเป็นสำคัญ โดยกลุ่มผู้สูงวัยหรือเบบี้บูมเมอร์ ยังเลือกใช้สื่อวิทยุมาก่อนสื่ออื่นๆ ในขณะที่กลุ่มมิลเลนเนียลนั้นเลือกที่จ่ายค่าเช่าเหมารายเดือนให้กับผู้ให้บริการ Music Steaming เพื่อการรับฟังเพลงเพื่อแลกกับความสะดวกสบายที่ถือว่าคุ้มค่า อย่างไรก็ตาม ในส่วนของกลุ่มผู้มีอายุ 35-54 ปี พบว่ายังมีการฟังเพลงทางวิทยุอยู่ด้วย แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่เลือกจะไปฟังเพลงผ่านช่องทาง Music Steaming ด้วยเช่นกัน

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ แม้ว่าแนวโน้มช่องทางขายสินค้าและบริการจะหันมาเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นกันอย่างเท่าตัว แต่ตามผลสำรวจพฤติกรรมการรับฟังเพลงข้างต้น ยังทำให้เห็นว่าตัวเลขของผู้บริโภคที่ยังรับฟังสื่อวิทยุนั้นไม่ได้ลดลงจากช่วงก่อน COVID-19 มากนัก ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต่างจำเป็นต้องเลือกสื่อการขายสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือเลือกใช้สื่อหลากหลายช่องทางเพื่อจะได้เข้าถึงได้ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วน

ที่มา: [Radio remains the top medium for music consumption in Canada - Commentary | Business in Vancouver \(biv.com\)](https://www.biv.com)