

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 - 32	136	34.0
33 - 47	132	33.0
48 ปีขึ้นไป	132	33.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ช่วงอายุ โดยแต่ละช่วงอายุจะมีจำนวนเท่าๆกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 - 32 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 33 - 47 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 48 ปีขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน คือ 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมต้น	29	7.3
มัธยมปลาย / อาชีวศึกษา	169	42.2
ปริญญาตรี	184	46.0
สูงกว่าปริญญาตรี	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายและปริญญาตรี นั่นคือ สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายและปริญญาตรีค่อนข้างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวนทั้งสิ้น 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ระดับมัธยมปลายหรืออาชีวศึกษา มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 นอกนั้นก็เหลือเป็นส่วนน้อย มีการศึกษาระดับมัธยมต้น จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

รายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	52	13.0
5,000 - 12,999 บาท	215	53.8
13,000 - 19,999 บาท	64	16.0
20,000 - 26,999 บาท	34	8.5
27,000 - 34,999 บาท	8	2.0
35,000 - 50,000 บาท	14	3.5
สูงกว่า 50,000 บาท	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีระดับรายได้ต่อเดือน 5,000 - 12,999 บาท มากที่สุด คือมีจำนวนทั้งสิ้น 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา คือระดับรายได้ต่อเดือน 13,000 - 19,999 บาท มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 - 26,999 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ระดับรายได้ต่อเดือน 35,000 - 50,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ระดับรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ส่วนอันดับสุดท้ายคือ รายได้ต่อเดือน 27,000 - 34,999 บาท มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	145	36.3
พนักงานบริษัท	94	23.5
รับจ้าง	91	22.8
นักเรียน / นักศึกษา	30	7.5
ธุรกิจส่วนตัว	17	4.3
แม่บ้าน	4	1.0
อื่นๆ	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพรับราชการมากเป็นอันดับ 1 จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อาชีพรับจ้าง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อาชีพอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และลำดับสุดท้ายคืออาชีพแม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเขตเลือกตั้ง

เขตเลือกตั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	134	33.5
2	133	33.3
3	133	33.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้มาจาก 3 เขตเลือกตั้ง แบ่งออกเป็นเขตละเท่าๆกัน คือเขต 1 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 เขต 3 และเขต 12 จำนวน 133 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 6.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเขตเลือกตั้ง เพศ และอายุ

เขต		อายุ (ปี)			รวม
		18 - 32	33 - 47	48 ปีขึ้นไป	
ชาย	เขต 1 จำนวน	22	21	21	64
	% of total	(11.4)	(10.9)	(10.9)	(33.3)
	เขต 3 จำนวน	22	21	21	64
	% of total	(11.4)	(10.9)	(10.9)	(33.3)
	เขต 12 จำนวน	22	21	21	64
	% of total	(11.4)	(10.9)	(10.9)	(33.3)
รวม	จำนวน	66	63	63	192
	% of total	(34.3)	(32.8)	(32.8)	(100.0)
หญิง	เขต 1 จำนวน	24	23	23	70
	% of total	(11.5)	(11.0)	(11.0)	(33.6)
	เขต 3 จำนวน	23	23	23	69
	% of total	(11.0)	(11.0)	(11.0)	(33.2)
	เขต 12 จำนวน	23	23	23	69
	% of total	(11.0)	(11.0)	(11.0)	(33.2)
รวม	จำนวน	70	69	69	208
	% of total	(33.6)	(33.2)	(33.2)	(100.0)

หมายเหตุ เขต 1 ดุสิต บางซื่อ ราชเทวี เขต 3 พญาไท จตุจักร ลาดพร้าว เขต 12 บางเขน ดอนเมือง

จากตารางที่ 6.1 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด มีจำนวน 192 คน ได้คัดเลือกมาทำการสัมภาษณ์จาก 3 เขตเลือกตั้งจำนวนเท่าๆกัน คือ เขตละ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 โดยในแต่ละเขตเลือกตั้งแบ่งสัดส่วนของเพศชายที่อายุ 18 - 32 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 อายุ 33 - 47 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และอายุ 48 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงซึ่งมีจำนวน 208 คน ซึ่งทำการสัมภาษณ์จาก 3 เขตเลือกตั้งด้วยสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ เขต 1 จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 โดยแบ่งเป็นช่วงอายุ 18 - 32 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 อายุ 33 - 47 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 อายุ 48 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 สำหรับเขต 3 และ 12 มีจำนวนเพศหญิงที่คัดเลือกมาสัมภาษณ์เท่ากัน คือ 69 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 แบ่งเป็นอายุ 18 - 32 ปี 33 - 47 ปี และ 48 ปีขึ้นไป จำนวนเท่าๆกัน คือ 23 คนในแต่ละช่วงอายุ คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาคของภูมิภาค

ภาค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลาง	274	68.5
ตะวันออกเฉียงเหนือ	49	12.3
เหนือ	40	10.0
ใต้	34	8.5
ตะวันออก	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกิดที่ภาคกลาง ซึ่งส่วนมากก็จะเป็นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาเกิดที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 เกิดที่ภาคเหนือ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เกิดที่ภาคใต้ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 เกิดที่ภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ทั้งนี้ ในแบบสอบถามผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างระบุจังหวัดที่เกิดโดยตรง เมื่อนำมาประมวลผล พบว่ามีถึง 57 จังหวัดด้วยกัน จึงนำแต่ละจังหวัดมาแยกกลุ่มตามภาคเพื่อให้วิเคราะห์ผลได้ง่ายขึ้น

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต่อการเมืองและพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง
ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารการเมืองเป็นบางครั้งมากที่สุด

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ
ติดตามข่าวสารการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ติดตามสม่ำเสมอเป็นประจำ	119	29.8
ติดตามเป็นบางครั้ง	265	66.3
ไม่สนใจติดตาม	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะติดตามข่าวสารการเมืองเป็นบางครั้งมากที่สุด คือ มีจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมา คือ ติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจข่าวสารการเมืองมีเพียงส่วนน้อย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข่าวสารการเมืองเป็นบางครั้งและติดตามอย่างสม่ำเสมอ ต่างก็เป็นการติดตามข่าวสารการเมืองโดยภาพรวมทั่วไป

ตารางที่ 8.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารการเมืองและวิธีการในการติดตามข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่าง	การติดตามข่าวสารการเมือง				รวม
	ติดตามข่าวสารเมือง ทั้งหมด	ติดตามทุกคน / ทุกพรรค	เฉพาะคน/ พรรคที่ชื่นชอบ	ไม่ติดตาม	
ติดตามสม่ำเสมอ	100 (25.0)	14 (3.5)	5 (1.3)	-	119 (29.8)
ติดตามบางครั้ง	245 (61.3)	2 (0.5)	18 (4.5)	-	265 (66.3)
ไม่สนใจติดตาม	-	-	-	16 (4.0)	16 (4.0)
รวม	345 (86.2)	16 (4.0)	23 (5.8)	16 (4.0)	400 (100.0)

จากตารางที่ 8.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข่าวสารการเมืองสม่ำเสมอเป็นประจำ 119 คน โดยมากจะเป็นการติดตามข่าวสารการเมืองโดยทั่วไป จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และรองลงมาเป็นการติดตามนักการเมืองทุกคน ทุกพรรค จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข่าวสารการเมืองเป็นบางครั้ง 265 คน ส่วนใหญ่ก็จะติดตามข่าวสารการเมืองโดยทั่วไปเช่นกัน คือ มีจำนวนทั้งสิ้น 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และรองลงมาเป็นการติดตามเฉพาะนักการเมือง หรือพรรคที่ชื่นชอบ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มที่ติดตามข่าวสารการเมืองบ่อยครั้งกว่า จะมีความเชื่อเกี่ยวกับการเลือกตั้งในทางบวกมากกว่า

นั่นคือ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารการเมืองกับความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเลือกตั้ง พบว่ามีความสัมพันธ์กัน นั่นคือ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มที่ติดตามข่าวสารการเมืองบ่อยครั้งกว่า จะมีความเชื่อว่าการเลือกตั้งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น หรืออย่างน้อยก็เหมือนเดิม คือ ค่อนข้างมีความเชื่อในทางบวกเกี่ยวกับการเลือกตั้ง

ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้สนใจติดตาม จะไม่แน่ใจว่าการเลือกตั้งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นหรือไม่ และบางส่วนก็คิดว่าการเลือกตั้งจะไม่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น คือ ค่อนข้างมีความรู้สึกในทางลบกับการเลือกตั้ง

ตารางที่ 8.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารการเมือง กับ ความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างว่าการเลือกตั้งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

กลุ่มตัวอย่าง X_1	ความเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง X_2				รวม
	เชื่อว่าต้องดีขึ้น 1	เหมือนเดิม / ไม่เปลี่ยนแปลง 2	คิดว่าไม่ดีขึ้น 3	ไม่แน่ใจ / ไม่มีความเห็น 4	
ติดตามสม่ำเสมอ 1	42 (10.5)	40 (10.0)	27 (6.8)	10 (2.5)	119 (29.8)
ติดตามบางครั้ง 2	60 (15.0)	99 (24.8)	39 (9.8)	67 (16.8)	265 (66.3)
ไม่สนใจติดตาม 3	1 (0.3)	3 (0.8)	4 (1.0)	8 (2.0)	16 (4.0)
รวม	103 (25.8)	142 (35.5)	23 (5.8)	16 (4.0)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 30.220 \quad (p < 0.05, df = 6)$$

ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 8.2 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ เชื่อว่าการเลือกตั้งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ของกลุ่ม

ตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ เชื่อว่าจะเหมือนเดิมหรือไม่เปลี่ยนแปลง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข่าวการเมืองเป็นบางครั้ง เชื่อว่าการเลือกตั้งจะไม่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอะไร คือ เหมือนเดิม หรือไม่เปลี่ยนแปลง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ / ไม่มีความเห็น จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มที่ไม่สนใจติดตามข่าวการเมือง ตอบว่าไม่แน่ใจ / ไม่มีความเห็น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ คิดว่าการเลือกตั้งจะไม่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 72.0 ไม่มีพรรคที่ชื่นชอบ และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.0 ที่มีพรรคที่ชื่นชอบ โดยพรรคการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเป็นอันดับ 1 คือ พรรคประชาธิปัตย์

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพรรคการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ

พรรคการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีพรรคที่ชื่นชอบ	288	72.0
ประชาธิปัตย์	69	17.3
ประชากรไทย	17	4.3
ไทยรักไทย	14	3.5
ความหวังใหม่	5	1.3
กิจสังคม	3	0.8
ชาติไทย	2	0.5
ชาติพัฒนา	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 72.0 ไม่มีพรรคที่ชื่นชอบ และมีกลุ่มตัวอย่างเพียง 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 เท่านั้นที่ตอบว่ามีพรรคการเมืองที่ชื่นชอบ ซึ่งเมื่อพิจารณาพรรคที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ พบว่า พรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากเป็นอันดับ 1 คือ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมา คือ พรรคประชากรไทย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 พรรคไทยรักไทย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 พรรคความหวังใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 พรรคกิจสังคม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 พรรคชาติไทยและชาติพัฒนา จำนวนพรรคละ 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ผู้ที่ชื่นชอบพรรคประชาธิปัตย์ เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าผู้ที่ชื่นชอบพรรคการเมืองอื่น

เมื่อนำพรรคการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด 4 พรรคแรกมาวิเคราะห์เพิ่มเติม โดยหาความสัมพันธ์กับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่ชื่นชอบพรรคประชาธิปัตย์ จะมีการศึกษาสูงกว่าผู้ที่ชื่นชอบพรรคการเมืองอื่น ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีด้วย ในขณะที่พรรคอื่นๆจะไม่มีผู้ชื่นชอบที่สำเร็จการศึกษาในระดับนี้ และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ชอบพรรคประชากรไทยซึ่งเป็นพรรคที่มีผู้ชื่นชอบเป็นอันดับ 2 จะเห็นว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าผู้ที่ชอบพรรคประชาธิปัตย์อย่างเห็นได้ชัด นั่นคือ ผู้ที่ชอบพรรคประชากรไทยจะมีระดับการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือต่ำกว่าเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 9.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพรรคการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด 4 พรรคแรก กับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

พรรคการเมือง	ระดับการศึกษา				รวม
	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ประชาธิปัตย์	1 (0.3)	18 (4.5)	47 (11.8)	3 (0.8)	69 (17.3)
ประชากรไทย	5 (1.3)	8 (2.0)	4 (1.0)	-	17 (4.3)
ความหวังใหม่	-	3 (0.8)	2 (0.5)	-	5 (1.3)
ไทยรักไทย	-	7 (1.8)	7 (1.8)	-	14 (3.5)
รวม	6 (1.5)	36 (9.0)	60 (15.0)	3 (0.8)	105 (26.3)

$$\chi^2 = 36.68020 \quad (p < 0.05, df = 15)$$

พิจารณาจากตารางที่ 9.1 ได้ดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบพรรคประชาธิปัตย์ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 กลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบพรรคประชาธิปัตย์ ส่วนมากมีการศึกษาระดับมัธยมปลาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ส่วนพรรคความหวังใหม่และพรรคไทยรักไทย กลุ่มตัวอย่างที่ชอบทั้ง 2 พรรคนี้ มีระดับการศึกษาระดับมัธยมปลายและปริญญาตรีเป็นสัดส่วนพอๆกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 68.5 ไม่มีนักการเมืองที่ชื่นชอบ และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.5 ที่มีนักการเมืองที่ชื่นชอบ ซึ่งนักการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด คือ นายชวน หลีกภัย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามนักการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ

นักการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีนักการเมืองที่ชื่นชอบ	274	68.5
ชวน หลีกภัย	54	13.5
สมัคร สุนทรเวช	24	6.0
ทักษิณ ชินวัตร	16	4.0
อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	10	2.5
สุรินทร์ พิศสุวรรณ	3	0.8
สุดารัตน์ เกตุราพันธ์	3	0.8
อานันท์ ปันยารชุน	2	0.5
บรรหาร ศิลปอาชา	2	0.5
ศุภชัย พานิชภักดิ์	2	0.5
อื่นๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่มีนักการเมืองที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีนักการเมืองที่ชื่นชอบมีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 สำหรับนักการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ นายชวน หลีกภัย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 นายสมัคร สุนทรเวช จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และอันดับ 4 คือ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ผู้ประกอบอาชีพ ราชการ และพนักงานบริษัทส่วนใหญ่จะชอบนายชวน หลีกภัย และ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ทั้งนี้จะมีผู้ที่รับราชการส่วนหนึ่งชอบนายสมัคร สุนทรเวชด้วย สำหรับผู้ที่มีอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่ชอบนายชวน หลีกภัย และนักศึกษาส่วนมากชอบนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ที่ชอบนายชวน หลีกภัย และ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร จะเป็นกลุ่มที่มีอาชีพเดียวกัน

ตารางที่ 10.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด 4 คน แรกกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

นักการเมือง	อาชีพ							รวม
	รับราชการ	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	น.ร./น.ศ.	พಂಗ.บริษัท	แม่บ้าน	อื่นๆ	
ชวน หลีกภัย	18 (4.5)	14 (3.5)	4 (1.0)	2 (0.5)	14 (3.5)	-	2 (0.5)	54 (13.5)
สมัคร สุนทรเวช	15 (3.8)	4 (1.0)	2 (0.5)	-	2 (0.5)	1 (0.3)	-	24 (6.0)
ทักษิณ ชินวัตร	9 (2.3)	1 (0.3)	-	1 (0.3)	5 (1.3)	-	-	16 (4.0)
อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	2 (0.5)	-	-	4 (1.0)	3 (0.8)	-	1 (0.3)	10 (2.5)
รวม	44 (11.0)	19 (4.8)	6 (1.5)	7 (1.8)	24 (6.0)	1 (0.3)	3 (0.8)	104 (26.0)

$$\chi^2 = 57.50247 \quad (p < 0.05, df = 30)$$

พิจารณาจากตารางที่ 10.1 ได้ดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ชอบนายชวน หลีกภัย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ทำธุรกิจส่วนตัว และเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 14 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.5 กลุ่มตัวอย่างที่ชอบนายสมัคร สุนทรเวช ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 กลุ่มตัวอย่างที่ชอบ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร มีอาชีพรับราชการ และพนักงานบริษัท จำนวน 9 คน และ 5 คนตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ 1.3 ส่วนผู้ที่ชอบนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ส่วนมากจะเป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทุกครั้ง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไปเลือกตั้งทุกครั้ง	209	52.3
ขาดไป 1 - 2 ครั้ง	110	27.5
ขาดไป 3 - 4 ครั้ง	14	3.5
ขาดมากกว่า 5 ครั้ง	10	2.5
ไม่เคยไปลงคะแนนเลย	57	14.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทุกครั้ง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา คือ ขาดไป 1 - 2 ครั้ง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ไม่เคยไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเลย 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ขาดไป 3 - 4 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และไม่ได้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเกิน 5 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากพิจารณาทั้งพรรคการเมืองที่สังกัด และตัวผู้สมัครประกอบกันในการลงคะแนนเสียง

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพิจารณาเลือกลงคะแนนเสียง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลือกพรรค	99	24.8
เลือกผู้สมัคร	61	15.3
พิจารณาทั้งพรรคและผู้สมัคร	240	60.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะพิจารณาทั้งพรรคการเมืองที่สังกัด และตัวผู้สมัครประกอบกันในการลงคะแนนเสียง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือเลือกพรรคการเมืองที่สังกัด 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และเลือกตัวผู้สมัคร 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

ส่วนที่ 3

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการลงคะแนนเสียง

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าจำเป็นต้องพิจารณาการโฆษณาหาเสียงของแต่ละพรรคก่อนการตัดสินใจ โดยสนใจทั้งโฆษณาของพรรคการเมืองที่จะลงคะแนนเสียงให้ และไม่ได้ลงคะแนนให้ด้วย กลุ่มตัวอย่างรู้สึกเฉยๆกับข้อความที่ว่าโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมืองสามารถเปลี่ยนการตัดสินใจได้ แต่กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยว่า เคยตัดสินใจลงคะแนนเพราะชอบโฆษณาของพรรคการเมืองนั้นๆ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมือง

ข้อความที่ใช้ศึกษาความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่าเฉลี่ย
ท่านจำเป็นต้องพิจารณาการ หาเสียงของแต่ละพรรคก่อนการ ตัดสินใจ	57 (14.3)	168 (42.0)	92 (23.0)	72 (18.0)	11 (2.8)	3.47
ท่านสนใจโฆษณาของพรรคการเมือง ที่ท่านจะลงคะแนนให้	19 (4.8)	149 (37.3)	163 (40.8)	56 (14.0)	13 (3.3)	3.26
ท่านสนใจโฆษณาของพรรคที่ไม่ได้ ลงคะแนนให้ด้วย	7 (1.8)	128 (32.0)	192 (48.0)	59 (14.8)	14 (3.5)	3.14
โฆษณาหาเสียงของพรรคการเมือง สามารถเปลี่ยนการตัดสินใจของ ท่านได้	26 (6.3)	111 (27.8)	151 (37.8)	91 (22.8)	22 (5.5)	3.05
ท่านเคยตัดสินใจลงคะแนนเพราะ ชอบโฆษณาของพรรคนี้	8 (2.0)	38 (9.5)	128 (32.0)	162 (40.5)	64 (16.0)	2.41

หมายเหตุ

ใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.50 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนระหว่าง 1.51 - 2.50 ไม่เห็นด้วย

คะแนนระหว่าง 2.51 - 3.50 เฉยๆ

คะแนนระหว่าง 3.51 - 4.50 เห็นด้วย

คะแนนระหว่าง 4.51 - 5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 13 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโฆษณาเสียงของพรรคการเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องพิจารณาการโฆษณาเสียงของพรรคการเมืองก่อนการตัดสินใจ มีคะแนนค่าเฉลี่ย 3.47 สูงกว่าข้อความคิดเห็นอื่นๆ แต่อย่างไรก็ดี ไม่มีข้อความคิดเห็นใดได้คะแนนเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ 3.50

เมื่อพิจารณาข้อความคิดเห็นที่ว่าโฆษณาเสียงของพรรคการเมืองสามารถเปลี่ยนการตัดสินใจของท่านได้ ท่านสนใจโฆษณาของพรรคที่จะลงคะแนนให้ และท่านสนใจโฆษณาของพรรคที่ไม่ได้ลงคะแนนให้ด้วย พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.05 ถึง 3.26 เมื่อพิจารณาจำนวนและร้อยละประกอบกัน กล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกเฉยๆ ค่อนข้างไปในทางเห็นด้วยกับข้อความคิดเห็นดังกล่าว จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มไปในทางเห็นด้วยว่าจำเป็นต้องพิจารณาโฆษณาเสียงของพรรคการเมืองก่อนการตัดสินใจ โดยสนใจทั้งโฆษณาของพรรคการเมืองที่จะลงคะแนนให้ และพรรคการเมืองที่ไม่ได้ลงคะแนนให้ด้วย

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างไม่ได้มีความเห็นไปในทางบวกหรือลบกับความเห็นว่าโฆษณาสามารถเปลี่ยนการตัดสินใจได้ แต่กลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกไม่เห็นด้วยกับข้อความคิดเห็นที่ว่า เคยตัดสินใจลงคะแนนเพราะชอบโฆษณาของพรรคนั้นๆ เนื่องจากมีความเห็นในแง่ลบกับความเห็นนี้มากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 2.41

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การให้ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กระแสสังคมหรือสถานการณืทางการเมืองในขณะนั้น การปราศรัยหาเสียง บทความทางหนังสือพิมพ์ และโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมือง มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงของกลุ่มตัวอย่างปานกลาง ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับในกลุ่มแล้ว การให้ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงมากกว่าปัจจัยอื่น

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียง

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
การให้ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ	40 (10.0)	142 (35.5)	164 (41.0)	46 (11.5)	8 (2.0)	3.40
กระแสสังคม หรือสถานการณืทางการเมืองในขณะนั้น	43 (10.8)	142 (35.5)	155 (38.8)	39 (9.8)	21 (5.3)	3.36
การปราศรัยหาเสียง	42 (10.5)	103 (25.8)	189 (47.3)	44 (11.0)	22 (5.5)	3.25
บทความทางหนังสือพิมพ์	16 (4.0)	93 (23.3)	197 (49.3)	76 (19.0)	18 (4.5)	3.03
โฆษณาของพรรคการเมือง	11 (2.8)	55 (13.8)	208 (52.0)	96 (24.0)	30 (7.5)	2.80

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้
 คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.50 น้อยที่สุด
 คะแนนระหว่าง 1.51 - 2.50 น้อย
 คะแนนระหว่าง 2.51 - 3.50 ปานกลาง
 คะแนนระหว่าง 3.51 - 4.50 มาก
 คะแนนระหว่าง 4.51 - 5.00 มากที่สุด

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละข้อในเรื่องความมื่ออิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียง พบว่าไม่มีข้อใดได้คะแนนเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ 3.50 แสดงว่าสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลปานกลางต่อกลุ่ม

ตัวอย่างในการลงคะแนนเสียง เนื่องจากค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2.80 ถึง 3.40 โดยที่การให้ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กระแสสังคมหรือสถานการณ์ทางการเมืองในขณะนั้น และการปราศรียหาเสียง จะมีค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูงกว่าข้ออื่น คือ 3.40 , 3.36 และ 3.25 ตามลำดับ ส่วนที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยค่อนข้างต่ำกว่าข้ออื่น คือ บทความทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.03 และโฆษณาของพรรคการเมืองมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 2.80



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้พิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการพิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	126	31.5
ไม่ใช่	249	62.3
ไม่ทราบ	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้พิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 พิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าไม่ทราบมีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคกลาง ซึ่งส่วนมากเป็นคนกรุงเทพมหานคร พิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกันน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เกิดภาคอื่นๆ

ตารางที่ 15.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การพิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน กับภาคของภูมิลำเนา

ภาคของภูมิลำเนา	พิจารณาความเป็นคนท้องถิ่น			รวม
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ	
กลาง	71 (17.8)	183 (45.8)	20 (5.0)	274 (68.5)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	23 (5.8)	22 (5.5)	4 (1.0)	49 (12.3)
ใต้	16 (4.0)	18 (4.5)	-	34 (8.5)
เหนือ	15 (3.8)	24 (6.0)	1 (0.3)	40 (10.0)
ตะวันออก	1 (0.3)	2 (0.5)	-	3 (0.8)
รวม	126 (31.5)	249 (62.3)	25 (6.3)	400 (100.0)

$$\chi^2 = 17.27074 \quad (p < 0.05, df = 8)$$

จากตารางที่ 15.1 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการพิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน กับภาคที่กลุ่มตัวอย่างเกิด พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคกลาง ซึ่งส่วนมากจะเป็นคนกรุงเทพมหานคร จะพิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกันน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจากภาคอื่นๆ ซึ่งจะมีสัดส่วนของคนที่ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องความเป็นคนท้องถิ่น และไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ใกล้เคียงกัน

พิจารณาได้จาก กลุ่มตัวอย่างที่เกิดภาคกลาง ตอบว่าไม่ได้พิจารณาผู้สมัคร หรือพรรคที่มีผู้สมัครเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และตอบว่าพิจารณาความ

เป็นคนท้องถิ่น 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เกิดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้
ตะวันออกเฉียงเหนือ และเหนือ จะมีสัดส่วนการพิจารณาความเป็นคนท้องถิ่น และไม่ได้พิจารณาเรื่อง
ความเป็นคนท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกัน เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พิจารณาความ
เป็นคนท้องถิ่นร้อยละ 5.8 และไม่ได้พิจารณาร้อยละ 5.5 ภาคใต้พิจารณาความเป็นคนท้องถิ่น
ร้อยละ 4.0 และไม่ได้พิจารณาร้อยละ 4.5 เป็นต้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างแลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องการลงคะแนนเสียงกับบุคคลใกล้ชิดปานกลาง ทั้งนี้เมื่อเทียบกับในกลุ่ม เพื่อนและครอบครัวเป็นบุคคลที่แลกเปลี่ยนความเห็นเรื่อง การลงคะแนนด้วยมากกว่าบุคคลอื่น

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างแลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องการลงคะแนนเสียงด้วย

บุคคลใกล้ชิด กลุ่มตัวอย่าง	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
เพื่อน	51 (12.8)	112 (28.0)	156 (39.0)	45 (11.3)	21 (5.3)	3.33
ครอบครัว	48 (12.0)	119 (29.8)	135 (33.8)	52 (13.0)	21 (5.3)	3.32
เพื่อนร่วมงาน	27 (6.8)	113 (28.3)	173 (43.3)	40 (10.0)	21 (5.3)	3.23
บุคคลที่ให้ความ เคารพนับถือ	17 (4.3)	67 (16.8)	144 (36.0)	81 (20.3)	52 (13.0)	2.76
เจ้านาย / ผู้บังคับบัญชา	5 (1.3)	31 (7.8)	120 (30.0)	117 (29.3)	82 (20.5)	2.32

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์พิจารณาเดียวกับตารางที่ 14

จากตารางที่ 16 พบว่า ไม่มีบุคคลใดที่กลุ่มตัวอย่างแลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องการลงคะแนนเสียงด้วยได้คะแนนเฉลี่ยเกิน 3.50 ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างแลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องการลงคะแนนเสียงกับเพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และบุคคลที่ให้ความเคารพนับถือปานกลาง เนื่องจากค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.76 ถึง 3.33 โดยครอบครัวและเพื่อนจะค่อนข้างมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าบุคคลอื่นในกลุ่ม คือ มีค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.33 ตามลำดับ ส่วนเจ้านาย / ผู้บังคับบัญชานั้น กลุ่มตัวอย่างแลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องการลงคะแนนเสียงด้วยค่อนข้างน้อย คือ มีคะแนนค่าเฉลี่ย 2.32

บุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงของกลุ่มตัวอย่างปานกลาง ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับใน
กลุ่มครอบครัวมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงมากกว่าบุคคลอื่น

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มี
อิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงของกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลใกล้ชิด กลุ่มตัวอย่าง	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
ครอบครัว	36 (9.0)	92 (23.0)	145 (36.3)	66 (16.5)	30 (7.5)	3.10
เพื่อน	18 (4.5)	57 (14.3)	155 (38.8)	99 (24.8)	36 (9.0)	2.78
เพื่อนร่วมงาน	14 (3.5)	51 (12.8)	158 (39.5)	97 (24.3)	38 (9.5)	2.74
บุคคลที่ให้ความ เคารพนับถือ	17 (4.3)	60 (15.0)	133 (33.3)	99 (24.8)	46 (11.5)	2.73
เจ้านาย/ ผู้บังคับบัญชา	3 (0.8)	24 (6.0)	120 (30.0)	121 (30.3)	72 (18.0)	2.30

หมายเหตุ ให้เกณฑ์พิจารณาเดียวกับตารางที่ 14

จากตารางที่ 17 พบว่า ครอบครัวดูจะมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนมากกว่ากลุ่มอื่น แต่ทั้ง
นี้ก็ยังไม่ได้จัดว่ามีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างมากนัก คือ มีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง เพราะเมื่อ
เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ครอบครัว
ได้คะแนนค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มบุคคลอื่นๆ แต่ก็ยังมีคะแนนค่าเฉลี่ยไม่สูงถึงเกณฑ์
3.50

ส่วนค่าเฉลี่ยของเพื่อน เพื่อนร่วมงาน และบุคคลที่ให้ความเคารพนับถือ จะใกล้เคียง
กัน คือ อยู่ระหว่าง 2.73 ถึง 2.78 โดยเจ้านาย / ผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 2.30 แสดง
ให้เห็นว่าเพื่อน เพื่อนร่วมงาน บุคคลที่ให้ความเคารพนับถือ และเจ้านาย / ผู้บังคับบัญชา มี
อิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงของกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างน้อย

ส่วนที่ 4 ประเด็นและภาพลักษณ์

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าภาพลักษณ์ของนักการเมืองมีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง และค่อนข้างมีความเห็นในเชิงบวกกับความเห็นที่ว่าภาพลักษณ์ของนักการเมืองสำคัญกว่านโยบายที่ใช้หาเสียง และรู้สึกเฉยๆกับความเห็นที่ว่าพรรคการเมืองไหนๆก็มีนโยบายเหมือนกัน

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายและภาพลักษณ์

ข้อความที่ใช้ศึกษา ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่าเฉลี่ย
ภาพลักษณ์ของนักการเมืองมี ผลต่อการตัดสินใจลงคะแนน ของท่าน	158 (39.5)	184 (46.0)	45 (11.3)	8 (2.0)	4 (1.0)	4.23
ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์ของ นักการเมือง สำคัญกว่า นโยบายที่ใช้ในการหาเสียง	72 (18.0)	143 (35.8)	94 (23.5)	72 (18.0)	19 (4.8)	3.44
ท่านคิดว่าพรรคไหนๆก็มี นโยบายเหมือนกัน	39 (9.8)	172 (43.0)	82 (20.5)	87 (21.8)	20 (5.0)	3.30

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์ การพิจารณาเดียวกับตารางที่ 13

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมืองมีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.23 และค่อนข้างมีความเห็นไปในเชิงบวกกับข้อความที่ว่า " ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ของนักการเมืองสำคัญกว่านโยบายที่ใช้หาเสียง " ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.44 เพราะเมื่อพิจารณาจากจำนวนและร้อยละประกอบด้วย พบว่าในข้อความนี้กลุ่มตัวอย่างเลือก " เห็นด้วย " มากเป็นอันดับ 1 คือ ร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ " เฉยๆ " ร้อยละ 23.5

ส่วนข้อความที่ว่า " ท่านคิดว่าพรรคการเมืองไหนๆ ก็มีนโยบายเหมือนกัน " กลุ่มตัวอย่างมิได้มีความเห็นในแง่บวกและลบด้วยค่าเฉลี่ย 3.30

นโยบายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากเป็นอันดับ 1 คือ นโยบายเศรษฐกิจ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามนโยบายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด

นโยบาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เศรษฐกิจ	258	64.5
การศึกษา	60	15.0
แรงงาน	16	4.0
การเงินการคลัง	16	4.0
กฎหมาย	14	3.5
การเกษตร	13	3.3
สาธารณสุข	6	1.5
อื่นๆ	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับนโยบายเศรษฐกิจมากที่สุดถึง 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมา ได้แก่ นโยบายด้านการศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 นโยบายด้านแรงงานและการเงินการคลัง มีกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญจำนวนเท่าๆ กัน คือ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 นโยบายด้านกฎหมาย 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 นโยบายด้านการเกษตร 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 นโยบายด้านสาธารณสุข จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และนโยบายอื่นๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน ไม่มีผู้ใดเลือกนโยบายทางด้านการต่างประเทศเลย

ความซื่อสัตย์เป็นคุณสมบัติของนักการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคุณสมบัติของนักการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ

คุณสมบัติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ซื่อสัตย์	150	37.5
พูดจริงทำจริง	73	18.3
มีวิสัยทัศน์	58	14.5
เห็นแก่ส่วนรวม	56	14.0
มีความเป็นผู้นำ	24	6.0
มีความเป็นสากล	16	4.0
เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ	8	2.0
มีความเป็นกันเอง	2	0.5
อื่นๆ	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบนักการเมืองที่มีความซื่อสัตย์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ พูดจริงทำจริง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 มีวิสัยทัศน์กว้างไกล จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 เห็นแก่ส่วนรวม จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 มีความเป็นผู้นำ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 มีความเป็นสากล จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 มีความเป็นกันเอง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และคุณสมบัติอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพลักษณ์ของผู้สมัครในด้านผลงานที่ผ่านมาเป็นสิ่งทีกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญที่สุด

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสำคัญของภาพลักษณ์ในด้านต่างๆของผู้สมัคร

ภาพลักษณ์ด้านต่างๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
ผลงานที่ผ่านมา	209 (52.3)	144 (36.0)	37 (9.3)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.37
การเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ	81 (20.3)	178 (44.5)	118 (29.5)	15 (3.8)	5 (2.0)	3.77
การเป็นที่ยอมรับจากคนในสาขาต่างๆ	66 (16.5)	196 (49.0)	118 (29.5)	16 (4.0)	4 (1.0)	3.76
ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	83 (20.8)	163 (40.8)	129 (32.3)	22 (5.5)	3 (0.8)	3.75
ประวัติการศึกษา	73 (18.3)	176 (44.0)	119 (29.8)	25 (6.3)	6 (1.5)	3.72
การพูด	62 (15.5)	156 (39.0)	146 (36.5)	22 (5.5)	14 (3.5)	3.57
พรรคการเมืองที่สังกัด	57 (14.3)	114 (28.5)	155 (38.8)	50 (12.5)	24 (6.0)	3.32
การให้สัมภาษณ์	24 (6.0)	120 (30.0)	182 (45.5)	55 (13.8)	19 (4.8)	3.18
การแต่งกาย	20 (5.0)	65 (16.3)	196 (49.0)	77 (19.3)	42 (10.5)	2.86
รูปร่างหน้าตา	8 (2.0)	21 (5.3)	162 (40.5)	109 (27.3)	100 (25.0)	2.32

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์พิจารณาเดียวกับตารางที่ 14

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านต่างๆของผู้สมัครค่อนข้างมาก โดยมีคุณสมบัติที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยสูงกว่า 3.50 ถึง 6 ด้านด้วยกัน นั่นคือ ผลงานที่ผ่านมามีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับ 1 คือ 4.37 รองลงมา คือ การเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ การเป็นที่ยอมรับจากคนสาขาต่างๆ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ 3.77, 3.76 และ 3.75 ตามลำดับ คุณสมบัติด้านประวัติการศึกษาและการพูด ก็มีค่าเฉลี่ยสูงเช่นกัน คือ 3.72 และ 3.57 ตามลำดับ

ส่วนพรรคการเมืองที่สังกัด การให้สัมภาษณ์ และการแต่งกาย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง คือ มีค่าเฉลี่ย 3.32 , 3.18 และ 2.86 ตามลำดับ และรูปร่างหน้าตาของผู้สมัคร เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 2.32



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 5 ประสิทธิภาพของสื่อหาเสียง

สื่อหาเสียงประเภทต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงปานกลาง แต่หากเปรียบเทียบระหว่างสื่อด้วยกัน การปราศรัยทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อหาเสียงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
การปราศรัยทางโทรทัศน์	45 (11.3)	144 (36.0)	165 (41.3)	30 (7.5)	16 (4.0)	3.43
การปราศรัยในที่ชุมชน	43 (10.8)	135 (33.8)	168 (42.0)	37 (9.3)	17 (4.3)	3.37
โฆษณาทางโทรทัศน์	16 (4.0)	78 (19.5)	207 (51.8)	77 (19.3)	22 (5.5)	3.02
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	9 (2.3)	74 (18.5)	214 (53.5)	82 (20.5)	21 (5.3)	2.92
ป้ายประกาศ	11 (2.8)	70 (17.5)	180 (45.0)	107 (26.8)	32 (8.0)	2.80
โฆษณาทางวิทยุ	6 (1.5)	55 (13.8)	216 (54.0)	94 (23.5)	29 (7.3)	2.78
โปสเตอร์	16 (4.0)	58 (14.5)	180 (45.0)	111 (27.8)	35 (8.8)	2.77
แผ่นพับ, โบปลิว	7 (1.8)	49 (12.3)	190 (47.5)	115 (28.8)	39 (9.8)	2.67

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์พิจารณาเดียวกับตารางที่ 14

จากตารางที่ 22 พบว่า สื่อหาเสียงต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างปานกลางเท่านั้น เนื่องจากไม่มีสื่อหาเสียงชนิดใดที่ได้คะแนนสูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย 3.50 แต่หากเปรียบเทียบระหว่างสื่อด้วยกัน จะเห็นได้ว่าการปราศรัยทางโทรทัศน์ การปราศรัยในที่

ชุมชน และโฆษณาการเมืองทางโทรทัศน์ จะค่อนข้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่า เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสื่ออื่นๆ คือ 3.43 , 3.37 และ 3.02 ตามลำดับ นอกนั้นจะอยู่ในเกณฑ์ระหว่าง 2.67 ถึง 2.92



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย