

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางกับ พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทั่วไปของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) พฤติกรรมกาเปิด รับข่าวสารการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งกับความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง

ลักษณะการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ ศึกษา คือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 390 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนตัวของกลุ่ม ตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - way Analysis of Variance) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

### ผลการวิจัย

#### ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเป็นหญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26-30 ปี การศึกษาระดับ อนุปริญญา- ปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท/หรือประกอบอาชีพต่างๆ เป็นส่วนใหญ่ ในเรื่อง ของรายได้ จากการสุ่มตัวอย่างปรากฏว่า ส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง คือ อยู่ ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน

#### พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ และใช้เวลาดูโทรทัศน์นานมากกว่า 3 ชั่วโมง มากกว่าสื่ออื่นๆ โดยมีเหตุผลในการดูโทรทัศน์ เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของ บ้านเมือง

## การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

### สื่อวิทยุ

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกลุ่มอายุ 26-30 ปี และกลุ่มอายุ 31-40 ปี มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอายุ 18 - 25 ปี ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นๆ มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท / หรือประกอบอาชีพอิสระต่างๆ นอกจากนี้ กลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่านิสิต/ นักศึกษา โดยที่กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มรายได้อื่นๆ ทั้งหมด

### โทรทัศน์

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ การศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้มีสิทธิเลือกตั้งอยู่ในกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอยู่ในกลุ่มอาชีพอื่นๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่างๆ และกลุ่มนิสิต นักศึกษา นอกจากนี้ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่างๆ และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มนิสิต นักศึกษา โดยกลุ่มรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอื่นๆทั้งหมด ยกเว้นกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท

### หนังสือพิมพ์

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และกลุ่มอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอายุ 18-25 ปี โดยที่กลุ่มอาชีพ

กิจการส่วนตัวมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงาน  
รัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่างๆ และกลุ่มนิสิต นักศึกษา

### นิตยสาร/วารสาร

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรม  
การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา  
แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่พบคู่ที่  
แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนของผู้มี  
สิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง

การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัย  
สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง แต่พบว่ามีความสัมพันธ์กัน  
น้อยมาก

ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่ออื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติ

### อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทาง  
ประชากรต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจำแนกตาม  
เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า จากสื่อทั้ง 4 ชนิด อายุเท่านั้นที่อาจอธิบายความ  
แตกต่างในเรื่องการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนัย สุนทร  
วิภาค เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย การมาเที่ยวเมืองไทย  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยาพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยว  
กับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากนิตยสาร และงานวิจัยของ สุภาพงศ์ รัษฎาทรง เรื่องพฤติกรรมการ  
เปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนใน  
กรุงเทพมหานคร พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางวิทยุ และงาน

วิจัยของสุวรรณี โพธิศรี เรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ ของผู้ปกครองนักเรียน ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์ จากนิตยสาร

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง

การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง แต่พบว่ามีความสัมพันธ์กันน้อยมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจากคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ ที่สามารถให้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน ทำให้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนิยมเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เพื่อที่ต้องการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้งสูงตามไปด้วย ในขณะที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆ น้อย ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งน้อยตามไปด้วย และสอดคล้องกับการวิจัยของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา (1978 : 254) ซึ่งสำรวจความคิดเห็นทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และเชียงใหม่ จำนวน 640 คน ในปี 2520 พบว่า การที่นักศึกษาเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสำคัญทางการเมือง ยิ่งให้ความสนใจและรับฟังข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนมากเท่าไร ก็ยังมีแนวโน้มตระหนักถึงความสำคัญของการเมืองตามไปด้วย

การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อันเนื่องมาจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะสนใจรายการประเภทเพลงทางสื่อวิทยุมาก ทำให้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ดร.เสรี วงษ์มณฑา (1978 : 254) ได้สำรวจความคิดเห็นทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และเชียงใหม่ จำนวน 640 คน ในปี 2520 พบว่า นักศึกษาในปัจจุบันให้ความสนใจต่อการเมืองมากกว่าในสมัยก่อน แหล่งข่าวสารการเมืองที่สำคัญได้แก่หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่นๆ ส่วนสื่อวิทยุ ให้บริการด้านความบันเทิงเสียมากกว่า

การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษาในครั้งนี้ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์น้อยกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ

การเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ/ วารสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษาในครั้งนี้ มีผู้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ น้อยกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ เช่นกันจึงส่งผลให้ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และวิทยุ / วารสารที่มีเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับการเลือกตั้งยังมีน้อยเกินไป

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะผู้รับสาร ซึ่งเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารเท่านั้น ได้พบว่าตัวแปรบางตัวแปร ซึ่งเป็นส่วนของผู้ส่งสารนั้นไม่มีอิทธิพลและเข้าไปมีบทบาทต่อผู้รับสารเช่นกัน แต่ไม่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ด้วย จึงสมควรที่จะได้มีผู้สนใจทำการศึกษาวิจัยในส่วนของผู้ส่งสารต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีปัจจัยและโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองอยู่มากจึงสมควรจะได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบกับประชาชนในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ทางการเมือง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร

ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มประชาชนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างได้จากประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2539 เท่านั้น แม้เป็นเพียงส่วนน้อย แต่กล่าวได้ว่าบางส่วนของกลุ่มที่ทำการศึกษา เป็นกลุ่มประชาชนที่มีความกระตือรือร้นทางการเมืองมาก ซึ่งควรจะมีการทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น กลุ่มของประชาชนทั่วไป ที่นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ด้วย

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเลือกตั้งในพื้นที่ที่คล้ายคลึงกับกรุงเทพมหานคร

ในการวางแผนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเลือกตั้ง ควรพิจารณารูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมตรงกับความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เมื่อผู้วิจัยพิจารณาจากผลการวิจัยครั้งนี้ได้แนวคิดที่น่าสนใจดังนี้

1. สื่อที่โฆษณาเผยแพร่ ควรจัดให้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อหลายๆ ประเภท โดยเน้นทางสื่อโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมเลือกเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อนี้มากกว่าสื่ออื่น แต่อย่างไรก็ตาม ศักยภาพของสื่อแต่ละประเภทย่อมแตกต่างกัน การเลือกใช้สื่อชนิดไหนย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ เช่น ต้องการให้รายละเอียดมากก็ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ แต่สื่อที่เผยแพร่ไปได้กว้างไกลเหมาะสำหรับคนทุกๆ ภาคว่าทั้งประเทศ คือ วิทยุ
2. เวลา / ปริมาณ / ความถี่ที่ใช้ในการเผยแพร่ และรายการหรือคอลัมน์ที่สนใจเปิดรับ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพราะถึงแม้ว่าเป็นการนำเสนอรูปแบบของรายการที่ดีมาก แต่หากเผยแพร่ในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ก็อาจจะทำให้การเผยแพร่นั้นไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งนิยมเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์แต่ละวันมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป ทั้งนี้เพื่อต้องการทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง / ข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วไป ดังนั้น ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง / การเลือกตั้ง คือ ช่วงเวลาของการนำเสนอข่าวประจำวันที่เป็นช่วงเช้า และช่วงเวลาเลิก ซึ่งน่าจะมีการจัดรายการก่อนหรือหลัง เป็นรายการช่วงสั้นๆ แนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเมือง / การเลือกตั้งต่างๆ