

บทที่ 4  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะเสนอรายงานผลการวิจัยในเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2539 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และนำเสนอโดยใช้ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทั่วไป พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ทำการทดสอบด้วยสถิติ (t-test) และสถิติเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งกับระดับความรู้ของประชาชน โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson's Product Moment Correlation

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปทางประชากร

จากการสำรวจพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำแนกตามลักษณะทั่วไปทางประชากร

ลักษณะทั่วไปทางประชากร	จำนวน (390)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	168	43.1
หญิง	222	56.9
<b>สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	278	71.3
สมรส	108	27.7
หม้าย / แยกกันอยู่	4	1.0
<b>อายุ</b>		
18 - 25 ปี	122	31.3
26 - 30 ปี	124	31.8
31 - 40 ปี	120	30.8
41 - 50 ปี	14	3.6
51 - 60 ปี	10	2.6
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	6	1.5
มัธยมศึกษา	26	6.7
อนุปริญญา - ปริญญาตรี	340	87.2
ปริญญาโทขึ้นไป	18	4.6

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.1
พนักงานบริษัท / วิชาชีพต่างๆ	320	82.1
กิจการส่วนตัว	20	5.1
นิสิต / นักศึกษา	24	6.2
อื่นๆ	4	1.0
ผู้ไม่ตอบ	2	0.5
<b>รายได้</b>		
0 - 5,000 บาท	28	7.2
5,001 - 10,000 บาท	94	24.1
10,001 - 15,000 บาท	154	39.5
15,001 - 20,000 บาท	50	12.8
20,001 บาทขึ้นไป	62	15.9
ผู้ไม่ตอบ	2	0.5

จากตารางที่ 1 พบว่า

เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นชาย 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 และหญิง 222 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9

สถานภาพการสมรส ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีสถานภาพโสด 278 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 สมรสแล้ว 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 นอกจากนั้นเป็นหม้ายหรือแยกกันอยู่ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

อายุ กลุ่มอายุที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมา คือผู้มีอายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.3

ระดับการศึกษา ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา-ปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.2 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.7

อาชีพ พนักงานบริษัท / วิชาชีพต่างๆ เป็นกลุ่มอาชีพที่มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.1 รองลงมา คือ นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.2

รายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ ผู้มีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.1

## 2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป

จำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับวิทยุ

การฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	348	89.2
ไม่ได้ฟัง	42	10.8
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า

สื่อวิทยุ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน มีผู้ไม่ได้ฟังวิทยุ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีผู้ที่ฟังวิทยุทั้งสิ้น จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 89.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ โดยเฉลี่ยต่อวัน

ระยะเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	64	16.4
ระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง	90	23.1
ระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง	56	14.4
ระหว่าง 2 - 3 ชั่วโมง	48	12.3
มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	86	22.1
ผู้ไม่ตอบ	4	1.0
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า

ระยะเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุเฉลี่ยต่อวัน เป็นดังนี้ ผู้ที่ฟังระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 รองลงมา ผู้ที่ฟังมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการฟังวิทยุ

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการฟังวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการหาข้อมูลในเรื่องราวต่างๆ / ชอบแสวงหาความรู้	58	14.9
เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง	94	24.1
เป็นนิสัยที่ชอบฟังวิทยุ	34	8.7
เพื่อมีหัวข้อในการสนทนา	2	0.5
เพื่อหนีปัญหาในชีวิตประจำวัน	2	0.5
เพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง	130	33.3
สะดวกฟังมากกว่าสื่ออื่นๆ	22	5.6
ผู้ไม่ตอบ	42	10.8
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอันดับรองลงมา คือ เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1

**ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับโทรทัศน์**

การดูโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ดู	378	96.9
ไม่ดู	12	3.1
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า

สื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน มีผู้ไม่ได้ดูโทรทัศน์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 มีผู้ดูโทรทัศน์ทั้งสิ้น จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 96.9



ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในที่ใช้ในการ  
คูโทรศัพท์ โดยเฉลี่ยต่อวัน

ระยะเวลาที่ใช้ในการคูโทรศัพท์ / วัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	18	4.6
ระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง	60	15.4
ระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง	98	25.1
ระหว่าง 2 - 3 ชั่วโมง	86	22.1
มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	116	29.7
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า

ระยะเวลาที่ใช้ในการคูโทรศัพท์เฉลี่ยต่อวัน เป็นดังนี้ ผู้ที่คูมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมา คือ ผู้ที่คูระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการดูโทรทัศน์

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการดูโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการหาข้อมูลในเรื่องราวต่างๆ / ชอบแสวงหาความรู้	78	20.0
เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง	106	27.2
เป็นนิสัยที่ชอบดูโทรทัศน์	50	12.8
เพื่อมีหัวข้อในการสนทนา	8	2.1
เพื่อหนีปัญหาในชีวิตประจำวัน	100	25.6
เพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง	34	8.7
สื่อโทรทัศน์น่าสนใจที่สุด	2	0.5
ผู้ไม่ตอบ	12	3.1
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการดูโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 และอันดับรองลงมา คือเพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6

**ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับหนังสือพิมพ์**

การอ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	364	93.3
ไม่ได้อ่าน	26	6.7
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า

สื่อหนังสือพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน มีผู้ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งสิ้น จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการ  
อ่านหนังสือพิมพ์ โดยเฉลี่ยต่อวัน

ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ / วัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	100	25.6
ระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง	166	42.6
ระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง	64	16.4
ระหว่าง 2 - 3 ชั่วโมง	14	3.6
มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	20	5.1
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า

ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ยต่อวัน เป็นดังนี้ ผู้ที่อ่านระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ ผู้ที่อ่านน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการอ่านหนังสือพิมพ์

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการอ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการหาข้อมูลในเรื่องต่างๆ / ชอบแสวงหาความรู้	116	29.7
เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง	162	41.5
มีนิสัยชอบการอ่านหนังสือ	24	6.2
เพื่อมีหัวข้อในการสนทนา	12	3.1
เพื่อหนีปัญหาชีวิตประจำวัน	20	5.1
เพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง	26	6.7
สื่อหนังสือพิมพ์หาง่ายที่สุด เพราะมีรายละเอียดมากที่สุด	2	0.5
ผู้ไม่ตอบ	28	7.2
	390	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา คือ เพื่อต้องการหาข้อมูลในเรื่องต่างๆ / ชอบแสวงหาความรู้ มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7

**ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับนิตยสาร / วารสาร**

การอ่านนิตยสาร / วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	264	67.7
ไม่ได้อ่าน	126	32.3
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า

ผู้นิตยสาร/วารสาร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน มีผู้ไม่ได้อ่านนิตยสาร /วารสาร จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีผู้อ่านนิตยสาร/วารสารทั้งสิ้น จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการ  
อ่านนิตยสาร / วารสาร

ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร / วารสาร / วัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	96	24.6
ระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง	102	26.2
ระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง	38	9.7
ระหว่าง 2 - 3 ชั่วโมง	14	3.6
มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	6	1.5
ผู้ไม่ตอบ	8	2.1
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า

ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร/ วารสารเฉลี่ยต่อวัน เป็นดังนี้ ผู้ที่อ่าน  
ระหว่าง 1/2 - 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมา คือ ผู้ที่อ่าน  
น้อยกว่า 30 นาที มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการอ่าน  
นิตยสาร / วารสาร

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการอ่านนิตยสาร / วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการหาข้อมูลในเรื่องราวต่างๆ / ชอบแสวงหาคำความรู้	102	26.2
เพื่อทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง	18	4.6
เป็นนิสัยที่ชอบอ่านนิตยสาร / วารสาร	38	9.7
เพื่อมีหัวข้อในการสนทนา	6	1.5
เพื่อหนีปัญหาในชีวิตประจำวัน	2	0.5
เพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง	82	21.0
เพื่ออ่านรายละเอียดได้มากที่สุด	8	2.1
ผู้ไม่ตอบ	134	34.4
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการอ่านนิตยสาร/ วารสาร ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพื่อต้องการหาข้อมูลในเรื่องราวต่างๆ / ชอบแสวงหาคำความรู้ มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมาคือ เพื่อความสนุกสนาน, บันเทิง มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0



### 3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน มีผู้สนใจเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง  
จำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับ  
ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยฟังเลย	68	17.4
น้อยครั้งมาก	96	24.6
บางครั้งเท่าที่มีโอกาส	186	47.7
ฟังทุกครั้ง	38	9.7
ผู้ไม่ตอบ	2	0.5
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ มีดังนี้ ผู้ที่ฟังบางครั้งเท่า  
ที่มีโอกาส มีจำนวนมากที่สุด 186 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมา คือ ผู้ที่ฟังน้อยครั้งมาก มี  
จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ  
ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ

ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	160	41.0
1 - 2 ชั่วโมง	90	23.1
มากกว่า 2 ชั่วโมง	40	10.3
ตลอดรายการ ผู้ไม่ตอบ	16 84	4.1 21.5
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า

ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยุ มีดังนี้ ผู้ที่ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ ผู้ที่ฟัง 1-2 ชั่วโมง มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของรายการ  
วิทยุที่ชอบและสนใจที่สุด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวการเมือง	51	13.1
ข่าวต่างประเทศ	11	2.8
ข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	47	12.1
ข่าวกีฬา	18	4.6
รายการวิเคราะห์วิจารณ์ข่าว	9	2.3
รายการสารคดี	21	5.4
รายการเพลง	219	56.2
รายการตอบปัญหาชีวิต	2	0.5
นวนิยาย ลีเก ลำตัด	1	0.2
อื่นๆ	5	1.3
ผู้ไม่ตอบ	6	1.5
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า

ประเภทของรายการวิทยุที่ชอบและสนใจที่สุด คือ รายการเพลง มีจำนวน 219 คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมา คือ ข่าวการเมือง มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1

**ตารางที่ 17** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับ  
ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยดูเลย	42	10.8
น้อยครั้งมาก	62	15.9
บางครั้งเท่าที่มีโอกาส	158	40.5
ดูทุกครั้ง	124	31.8
ผู้ไม่ตอบ	4	1.0
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์ คือ ดูบางครั้งเท่าที่มีโอกาส มีจำนวนมากที่สุด 158 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือดูทุกครั้ง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ  
ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์

ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	86	22.1
1 -2 ชั่วโมง	136	34.9
มากกว่า 2 ชั่วโมง	58	14.9
ตลอดรายการ ผู้ไม่ตอบ	66 44	16.9 11.3
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า

ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์ คือ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมา คือคนน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ชอบและสนใจที่สุด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวการเมือง / เลือกลง	48	12.3
ข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วไป	75	19.2
ข่าวเศรษฐกิจ, ธุรกิจ	10	2.6
ข่าวกีฬา	39	10.0
รายการเพลง, คนตรี	18	4.6
ภาพยนตร์	42	10.8
รายการบันเทิงต่างๆ	45	11.5
รายการเพื่อสุขภาพ	4	1.0
รายการเพื่อการศึกษา สารคดีต่างๆ	28	7.2
รายการวิเคราะห์ข่าว วิจารณ์ข่าว	10	2.6
ละคร	59	15.1
รายการเด็ก, การตูน	4	1.0
รายการแม่บ้าน, รายการเพื่อสตรี	1	0.3
อื่นๆ	2	0.5
ผู้ไม่ตอบ	5	1.3
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า

ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ชอบและสนใจที่สุด คือ ข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วไป มีจำนวนมากที่สุด 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมา คือ ละคร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิด  
รับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยอ่านเลย	80	20.5
น้อยครั้งมาก	88	22.6
บางครั้งเท่าที่มีโอกาส	156	40.0
อ่านเป็นประจำ	58	14.9
ผู้ไม่ตอบ	8	2.1
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์ คือ อ่านบางครั้ง  
เท่าที่มีโอกาส มีจำนวนมากที่สุด 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ อ่านน้อยครั้งมาก 88  
คน คิดเป็นร้อยละ 22.6

**ตารางที่ 21** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์

ระยะเวลาในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	174	44.6
1 - 2 ชั่วโมง	74	19.0
มากกว่า 2 ชั่วโมง	26	6.7
อ่านเป็นประจำ	22	5.6
ผู้ไม่ตอบ	94	24.1
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 21 พบว่า

ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อหนังสือพิมพ์ คือ อ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 174 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา คือ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0



ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของคอลลัมน์ในหนังสือพิมพ์ที่ชอบและสนใจที่สุด

คอลลัมน์	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวการเมือง / การเลือกตั้ง	105	26.9
ข่าวต่างประเทศ	22	5.6
ข่าวเศรษฐกิจ	33	8.5
ข่าวอาชญากรรม	28	7.2
ข่าวสังคม, สตรี	11	2.8
ข่าวกีฬา	34	8.7
บทความแสดงความคิดเห็นและบทวิจารณ์ต่างๆ	29	7.4
ข่าวการศึกษา	2	0.5
ข่าววิทยุการก้าวหน้า	8	2.1
คอลลัมน์แพทย์, ปัญหาสุขภาพ, โภชนาการ	6	1.5
คอลลัมน์ร้องทุกข์	10	2.6
คอลลัมน์ปัญหาต่างๆ	6	1.5
ข่าวบันเทิง, ดารา	76	19.6
อื่นๆ	5	1.3
ผู้ไม่ตอบ	15	3.8
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่า

ประเภทของคอลลัมน์ในหนังสือพิมพ์ที่ชอบและสนใจที่สุด คือ ข่าวการเมือง/การเลือกตั้ง มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมา คือ ข่าวบันเทิง, ดารา มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับ  
ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชน/วารสาร

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชน/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยอ่านเลย	188	48.2
น้อยครั้งมาก	96	24.6
บางครั้งเท่าที่มีโอกาส	86	22.1
อ่านเป็นประจำ	12	3.1
ผู้ไม่ตอบ	8	2.1
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชน/วารสาร คือ ไม่เคย  
อ่านเลย มีจำนวนมากที่สุด 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา คืออ่านบางครั้งเท่าที่มีโอกาส  
86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ  
ข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยสาร/วารสาร

ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้งจากสื่อวิทยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	132	33.8
1 - 2 ชั่วโมง	50	12.8
มากกว่า 2 ชั่วโมง	8	2.1
อ่านทุกคอลัมน์	6	1.5
ผู้ไม่ตอบ	194	49.7
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่า

ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อวิทยสาร/วารสาร คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ 1-2 ชั่วโมง มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของนิตยสาร / วารสารที่ชอบและสนใจที่สุด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ / มติชน	52	13.3
สกุลไทย, แพรว, คิฉัน, ขวัญเรือน	159	40.8
กฎหมาย	4	1.0
อสท.	14	3.6
เกษตรกรรม	22	5.6
รถยนต์	15	3.8
แพทย์	7	1.8
บันเทิง	43	11.0
มีเดีย	8	2.1
บ้านและสวน	5	1.3
การเงินการธนาคาร / ดอกเบี้ย / ผู้จัดการ	17	4.4
ผู้ไม่ตอบ	44	11.3
รวมทั้งหมด	390	100.0

ตารางที่ 25 พบว่า

ประเภทของนิตยสาร/วารสารที่ชอบและสนใจที่สุด คือ สกุลไทย, แพรว, คิฉัน, ขวัญเรือน มีจำนวนมากที่สุด 159 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา บันเทิง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อโฆษณาหาเสียง  
ที่พบเห็นบ่อยที่สุด

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณา	226	57.9
แผ่นปลิว	14	3.6
โปสเตอร์	36	9.2
โทรทัศน์	38	9.7
หนังสือพิมพ์	14	3.6
รถเคลื่อนที่	6	1.6
วิทยุ	4	1.1
ผู้ไม่ตอบ	52	13.3
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า

สื่อโฆษณาหาเสียงที่พบเห็นบ่อยที่สุด คือ ป้ายโฆษณา มีจำนวนมากที่สุด 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมา คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อโฆษณาหาเสียงที่มี  
ประสิทธิผลมากที่สุด

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณาหาเสียง	88	22.6
บุคคล	14	3.6
โทรทัศน์	152	39.0
แผ่นพับ	12	3.1
โปสเตอร์	28	7.2
หนังสือพิมพ์	16	4.1
วิทยุ	12	3.1
ผู้ไม่ตอบ	68	17.3
รวมทั้งหมด	390	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่า

สื่อโฆษณาหาเสียงที่มีประสิทธิผลมากที่สุดคือ โทรทัศน์ มีจำนวนมากที่สุด 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ ป้ายโฆษณาหาเสียง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6

#### 4. ความรู้เกี่ยวกับเรื่องข่าวสารการเลือกตั้ง

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่ตอบถูก - ผิด ในเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง

คำถามเกี่ยวกับความรู้	จำนวน ทั้งหมด	ผู้ตอบถูก		ผู้ตอบผิด/ ผู้ไม่ตอบ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัจจุบันใครเป็นนายก	390	378	96.9	12	3.1
2. ผู้มีสิทธิเลือกตั้งต้องมีอายุ	390	282	72.3	108	27.7
3. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกรัฐสภา	390	256	65.6	134	34.3
4. ผู้มีสิทธิสมัครรับเลือกตั้งต้องมีอายุ	390	198	50.8	192	49.2
5. บุคคลที่ต้องห้ามมิให้ใช้สิทธิเลือกตั้ง	390	332	85.1	58	14.9
6. การยุบสภาผู้แทนราษฎรกำหนด วันเลือกตั้งใหม่ภายในกี่วัน	390	72	18.5	318	81.5
7. สัดส่วนของจำนวนส.ส.	390	194	49.7	196	50.3

จากตารางที่ 28 พบว่า

จากความรู้จำนวน 7 ข้อ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน คำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด คือ ปัจจุบันใครเป็นนายกรัฐมนตรี ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบถูก 378 คน คิดเป็นร้อยละ 96.9 และคำถามที่ตอบถูกรองลงมา คือ บุคคลที่ต้องห้ามมิให้ใช้สิทธิเลือกตั้ง มีจำนวนผู้ตอบถูก 332 คน คิดเป็นร้อยละ 85.1

ส่วนข้อที่มีจำนวนผู้ที่ตอบผิดมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ การยุบสภาผู้แทนราษฎรให้กระทำโดยพระราชกฤษฎีกา ซึ่งต้องกำหนดวันเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใหม่เป็นการเลือกตั้งทั่วไปภายในกี่วัน ซึ่งมีผู้ตอบผิด/ผู้ไม่ตอบ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 และคำถามที่ตอบผิดรองลงมา คือ สัดส่วนของจำนวนส.ส. มีจำนวน 196 คนคิดเป็นร้อยละ 50.3

## ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 29 แสดงคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้ง จากสื่อวิทยุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>เพศ</b>					
1. ชาย	160	3.31	2.99	t=3.06 **	1 > 2
2. หญิง	214	2.42	2.51		
รวม	374				
<b>อายุ</b>					
1. 18-25 ปี	120	1.83	1.91	F=6.65 ***	2 > 1
2. 26-30 ปี	118	3.32	3.04		
3. 31-40 ปี	112	3.21	2.98		
4. 41-50 ปี	14	4.00	3.23		
5. 51-60 ปี	10	2.00	0.00		
รวม	374	2.80	2.75		
<b>ระดับการศึกษา</b>					
1. ประถมศึกษา	6	5.00	5.44	F=3.80 **	ไม่พบคู่ที่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. มัธยมศึกษา	26	2.92	2.64		
3. อนุปริญญา - ปริญญาตรี	324	2.66	2.55		
4. ปริญญาโทขึ้นไป	18	4.44	4.37		
รวม	374	2.80	2.75		



## ตารางที่ 29 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>อาชีพ</b>					
1. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	2.80	2.24	F=6.37 ***	5 > 2 5 > 4
2. พนักงานบริษัท / วิชาชีพต่างๆ	306	2.79	2.62		3 > 4
3. กิจการส่วนตัว	18	4.44	4.06		
4. นิสิต นักศึกษา	24	1.17	1.66		
5. อื่น ๆ	4	7.00	5.77		
รวม	372	2.81	2.76		
<b>รายได้</b>					
1. 0-5,000 บาท	28	2.50	2.60	F =15.23 ***	5 > 1
2. 5,001-10,000 บาท	94	2.00	1.89		5 > 2
3. 10,001-15,000 บาท	144	2.67	2.54		5 > 3
4. 15,001-20,000 บาท	48	2.13	1.85		5 > 4
5. 20,001 บาทขึ้นไป	58	5.17	3.77		
รวม	372	2.81	2.76		

\*\* =  $P < 0.01$ \*\*\* =  $P < 0.001$

## จากตารางที่ 29

### สื่อวิทยุ พบว่า

**เพศ** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งชายและหญิงเปิดรับฟังวิทยุเกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**อายุ** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มอายุเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างมี 2 คู่ คือ กลุ่มอายุ 26-30 ปี และกลุ่มอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอายุ 18-25 ปี

**ระดับการศึกษา** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

**อาชีพ** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มอาชีพเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมี 3 คู่ คือ กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่าพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่าง และนิสิต นักศึกษา ส่วนกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงวานิสิต/นักศึกษา

**รายได้** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มรายได้เป็น 5 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมี 4 คู่ คือ กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งหมด

ตารางที่ 30 แสดงคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้ง จากสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>เพศ</b>					
1. ชาย	166	4.72	3.92	t= -0.60	
2. หญิง	218	4.96	3.83		
รวม	384				
<b>อายุ</b>					
1. 18-25 ปี	122	3.97	3.78	F= 3.11*	ไม่พบคู่ที่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. 26-30 ปี	122	5.43	4.11		
3. 31-40 ปี	116	5.24	3.73		
4. 41-50 ปี	14	5.57	3.18		
5. 51-60 ปี	10	3.40	1.58		
รวม	384	4.86	3.87		
<b>ระดับการศึกษา</b>					
1. ประถมศึกษา	6	4.67	3.39	F=0.63	
2. มัธยมศึกษา	22	4.00	4.10		
3. อนุปริญญา- ปริญญาตรี	338	4.88	3.88		
4. ปริญญาโทขึ้นไป	18	5.67	3.53		
รวม	384	4.86	3.87		

## ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t - Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>อาชีพ</b>					
1. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	3.50	2.06	F=7.74***	5 > 1 5 > 2
2. พนักงานบริษัท / วิชาชีพต่างๆ	314	4.95	3.87		5 > 4 2 > 4
3. กิจการส่วนตัว	20	6.40	4.36		3 > 4
4. นิสิต นักศึกษา	24	2.42	2.55		
5. อื่นๆ	4	12.00	0.00		
รวม	382	4.87	3.88		
<b>รายได้</b>					
1. 0-5,000 บาท	28	3.71	3.34	F= 6.42***	5 > 1
2. 5,001-10,000 บาท	90	3.76	3.81		5 > 2
3. 10,001-15,000 บาท	152	4.88	3.76		5 > 3
4. 15,001-20,000 บาท	50	4.84	3.78		
5. 20,001 บาทขึ้นไป	62	6.71	3.69		
รวม	382	4.82	3.84		

\* = P &lt; 0.05

\*\*\* = P &lt; 0.001

จากตารางที่ 30 พบว่า

### สื่อโทรทัศน์

**เพศ** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งชายและหญิงเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**อายุ** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

**ระดับการศึกษา** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**อาชีพ** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มอาชีพเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมี 5 คู่ คือ กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่า กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่างๆ และกลุ่มนิสิต นักศึกษา นอกจากนี้กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่างๆ และกลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัว มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มนิสิต นักศึกษา

**รายได้** ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มรายได้เป็น 5 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมี 3 คู่ คือ กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่า กลุ่มที่มีรายได้ 0-5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

ตารางที่ 31 แสดงคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้ง จากสื่อหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>เพศ</b>					
1. ชาย	126	5.98	3.75	t= 3.78	
2. หญิง	170	4.39	3.36		
รวม	296				
<b>อายุ</b>					
1. 18-25 ปี	80	4.15	2.94	F=4.62***	3 > 1
2. 26-30 ปี	100	4.78	2.82		
3. 31-40 ปี	98	6.02	4.58		
4. 41-50 ปี	10	7.20	3.49		
5. 51-60 ปี	8	3.50	0.53		
รวม	296	5.07	3.61		
<b>ระดับการศึกษา</b>					
1. ประถมศึกษา	6	5.67	2.25	F=0.11	
2. มัธยมศึกษา	12	5.33	5.20		
3. อนุปริญญา- ปริญญาตรี	260	5.06	3.51		
4. ปริญญาโทขึ้นไป	18	4.78	4.39		
รวม	296	5.07	3.61		



ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>อาชีพ</b>					
1. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	5.33	4.90	t=18.17***	3 > 1 3 > 2
2. พนักงานบริษัท / วิชาชีพต่างๆ	248	4.58	2.85		3 > 4
3. กิจการส่วนตัว	14	11.86	4.09		
4. นิสิต นักศึกษา	12	5.50	4.81		
5. อื่นๆ	4	9.00	8.08		
รวม	296	5.07	3.61		
<b>รายได้</b>					
1. 0-5,000 บาท	1	6.11	3.92	F= 2.29	
2. 5,001-10,000 บาท	58	4.17	2.68		
3. 10,001-15,000 บาท	118	4.86	3.18		
4. 15,001-20,000 บาท	40	6.10	4.87		
5. 20,001 บาทขึ้นไป	62	5.32	3.95		
รวม	296	5.07	3.61		

\*\*\* = P &lt; 0.001

### จากตารางที่ 31

#### สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า

เพศ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งชายและหญิงเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มอายุเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมีเพียงคู่เดียว คือ กลุ่มอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอายุ 18-25 ปี

ระดับการศึกษา ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งกลุ่มอาชีพเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่แตกต่างกันมี 3 คู่ คือ กลุ่มอาชีพกิจการส่วนตัวมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งสูงกว่ากลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/วิชาชีพต่างๆ และกลุ่มนิสิต นักศึกษา

รายได้ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 32** แสดงคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการเปิดรับข่าวสาร การเลือกตั้ง จากสื่อวิทยุ / วารสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>เพศ</b>					
1. ชาย	86	4.67	3.60	t=3.31***	
2. หญิง	110	3.25	1.92		
รวม	196				
<b>อายุ</b>					
1. 18-25 ปี	46	3.22	1.74	F=2.01**	ไม่พบคู่ที่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. 26-30 ปี	66	4.33	3.57		
3. 31-40 ปี	68	3.68	2.76		
4. 41-50 ปี	8	5.75	2.66		
5. 51-60 ปี	8	3.75	1.39		
รวม	196	3.88	2.87		
<b>ระดับการศึกษา</b>					
1. ประถมศึกษา	6	2.33	0.52	F=2.96*	ไม่พบคู่ที่แตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. มัธยมศึกษา	10	2.80	0.79		
3. อนุปริญญา- ปริญญาตรี	168	4.12	3.02		
4. ปริญญาโทขึ้นไป	12	2.17	0.39		
รวม	196	3.88	2.87		

## ตารางที่ 32 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t-Value F-Ratio	คู่ที่แตกต่าง
<b>อาชีพ</b>					
1. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	3.40	1.43	F=1.17	
2. พนักงานบริษัท / วิชาชีพต่างๆ	158	4.10	3.09		
3. กิจการส่วนตัว	8	3.00	1.07		
4. นิสิต นักศึกษา	14	2.86	1.41		
5. อื่นๆ	4	2.50	0.58		
รวม	194	3.90	2.87		
<b>รายได้</b>					
1. 0-5,000 บาท	20	3.70	1.66	F=1.53	
2. 5,001-10,000 บาท	36	3.67	2.60		
3. 10,001-15,000 บาท	74	4.49	3.25		
4. 10,001-20,000 บาท	22	3.09	1.82		
5. 20,001 บาทขึ้นไป	44	3.50	3.14		
รวม	196	3.88	2.87		

\* = P &lt; 0.05

\*\* = P &lt; 0.01

\*\*\* = P &lt; 0.001

## จากตารางที่ 32

สื่อ นิตยสาร / วารสาร พบว่า

เพศ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งชายและหญิงเปิดรับสู่อินิตยสาร/วารสารเกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อายุ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งอย่างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

อาชีพ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อยู่ในกลุ่มรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**สมมติฐานข้อที่ 2** พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขต กรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง

**ตารางที่ 33** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และนัยสำคัญทางสถิติระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง กับความรู้ในข่าวสารการเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง	ความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง	
วิทยุ	$r = 0.09$	( $n = 374$ )
โทรทัศน์	$r = 0.11^*$	( $n = 384$ )
หนังสือพิมพ์	$r = -0.03$	( $n = 296$ )
นิตยสาร / วารสาร	$r = 0.08$	( $n = 196$ )

$r$  = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

\* =  $P < 0.01$

**จากตารางที่ 33 พบว่า**

#### สื่อโทรทัศน์

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งกับความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

#### สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร / วารสาร

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้งกับความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05