

ชื่อเรื่อง	อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสมพร คำหลวง
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2) ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลในแต่ละขั้นตอนของการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 121 คนรวมน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์โดยโปรแกรม SPSS/PC⁺ ผลการวิจัยมีดังนี้

1. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุเฉลี่ยประมาณ 34.11 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 47 คน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 43 คน และมีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 7,476.94 บาท / เดือน

2. สื่อที่มีอิทธิพลในแต่ละขั้นตอนของการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

2.1 สื่อที่มีอิทธิพลในขั้นรับรู้ พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลในขั้นรับรู้

อันดับที่ 1 คือ สื่อโปสเตอร์ เพราะ เห็นได้บ่อย มีขนาดใหญ่ เห็นชัดเจน และมีการตกแต่งบ่อย ๆ อธิบายเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร นโยบายพรรค ฯลฯ

อันดับที่ 2 คือ สื่อบุคคลในครอบครัว เพราะสามารถแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นร่วมกันได้เต็มที่ จริงใจ น่าเชื่อถือ สามารถแนะนำให้เลือกบุคคลที่ดีได้

อันดับที่ 3 คือ สื่อรถแห่ เพราะสามารถชี้แจงนโยบาย ชื่อผู้สมัคร ได้ทุกวัน ทำให้ซึมซับได้ เข้าถึงชุมชน พบเห็นได้ง่าย น่าสนใจ และกระจายได้ทั่วถึง

อันดับที่ 4 คือ สื่อวิทยุ เพราะสามารถเข้าถึงง่าย ให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร และพรรคการเมืองได้

อันดับที่ 5 คือ สื่อเพื่อน เพราะมีโอกาสพบปะพูดคุย แสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนร่วมกัน ได้เป็นประจำ

2.2 สื่อที่มีอิทธิพลในชั้นสนใจ พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลในชั้นสนใจ

อันดับที่ 1 คือ สื่อบุคคลในครอบครัว เพราะสามารถให้คำแนะนำ ชักชวน ชี้แนะ แลกเปลี่ยน และแนะนำให้เลือกบุคคลที่ลงสมัคร

อันดับที่ 2 คือ สื่อโปสเตอร์ เพราะ มีปริมาณมาก สีสันสะดุดตา ใช้แนะนำตัวผู้สมัคร และนโยบายพรรคต่าง ๆ

อันดับที่ 3 คือ สื่อเพื่อน เพราะมีการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัคร

อันดับที่ 4 คือ สื่อแผ่นป้ายโฆษณากลางแจ้ง เพราะ มีขนาดใหญ่ ทำให้มองเห็นชัดเจน เกิดแรงจูงใจ เมื่อมีปริมาณมาก มีจุดเด่น สามารถย้ำความรู้สึกและทำให้ จดจำได้ง่าย

อันดับที่ 5 คือ สื่อรถแห่ เพราะ สามารถพบเห็นได้ง่าย กระจายได้ทั่ว และเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ

2.3 สื่อที่มีอิทธิพลในชั้นประเมินผล สื่อที่มีอิทธิพลในชั้นประเมินผล

อันดับที่ 1 คือ สื่อบุคคลในครอบครัว เพราะ เป็นคนใกล้ชิด สามารถพูดคุย ให้คำปรึกษา และแสดงความคิดเห็นได้

อันดับที่ 2 คือ สื่อเพื่อน เพราะ มีส่วนช่วยชี้แนะ วิพากษ์วิจารณ์ ลงความคิด ร่วมมือกัน และชักจูงให้รู้สึกอยากเลือกตาม

อันดับที่ 3 คือ สื่อแผ่นพับ เพราะ สามารถแนะนำตัวผู้สมัครได้ละเอียด มีปริมาณมาก ทำให้ทราบข้อมูลเชิงลึกของผู้สมัคร

อันดับที่ 4 คือ สื่อโทรทัศน์ เพราะ มีการเจาะลึกถึงรายละเอียดผู้สมัคร พรรคการเมือง เห็นภาพและเสียง สามารถดึงดูดความสนใจ

อันดับที่ 5 คือ สื่อกลุ่มผลประโยชน์ เพราะ กลุ่มมุ่งหวังที่จะพัฒนาชุมชนของตนเอง และสามารถสร้างความมั่นใจในตัวผู้สมัคร เป็นบุคคลที่มีเหตุผล

2.4 สื่อที่มีอิทธิพลในชั้นตัดสินใจ สื่อที่มีอิทธิพลในชั้นตัดสินใจ

อันดับ 1 คือ สื่อบุคคลในครอบครัว เพราะ ช่วยชี้แนะ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน น่าเชื่อถือ และแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ลงมติเลือกใคร

อันดับที่ 2 คือ สื่อเพื่อน เพราะ มีความเห็น และลงมติเห็นชอบตรงกัน

อันดับที่ 3 สื่อกลุ่มผลประโยชน์ เพราะ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครที่จะเลือก

อันดับที่ 4 คือ สื่อโปสเตอร์ เพราะ เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร และน่าสนใจ

อันดับที่ 5 คือ สื่อโทรทัศน์ เพราะ ทำให้มองเห็นภาพลักษณ์และวิสัยทัศน์ของผู้สมัคร

Title	Effects of media on member of parliament selection: a case study on the decision making of the voters in Muang District, Chiangmai
Author	Miss Somporn Kumluang
Degree of	Master of Arts in Communications
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak

ABSTRACT

This research was conducted to find out 1) demographic characteristics of voters in Muang District, Chiangmai; and 2) types of media affecting their decision on selection of members of parliament. The data was collected by means of questionnaires from 121 families, selected by the multi-stage sampling and analysed by the SPSS/PC⁺. The findings were as follows:

1) Demographic characteristics

More voters were females than males. Their average age was 34.11 years. Most of them held a bachelor degree (47 persons) and were employed by private companies (43 persons). Their average income was 7,476.94 baht / month.

2) Media affecting the decision-making process

2.1 Media influencing at the awareness stage (ranked from the most to the least influencing)

- **Posters.** These were repeatedly seen, clear, big, and also repeatedly stressing the candidates' biographies, parties' policies, etc.

- **Family members.** These were able to sincerely exchange opinions as well as suggestions to vote for appropriate persons.

- **Vehicles' mobile advertisements.** These were of high potential to inform daily, easy to be seen, could attract people and reach all parts of the community.

- **Radios.** These were easy to communicate to public in general and had high potential to inform and present the candidates' biographies and their parties.

- **Friends.** They often met and shared ideas.

2.2 Media influencing at the interest stage

- **Family members.** They were able to sincerely exchange their opinions as well as suggestions to vote for appropriate persons.
- **Posters.** These were widely distributed, attractive and practically used to inform of the candidates and their parties' policies.
- **Friends.** They often met, exchanged ideas and helped to decide voting.
- **Outdoor cutouts & banners.** These were big, clearly seen and aroused attention.
- **Vehicles' mobile advertisements.** These were able to inform daily, easy to be seen, could attract people and reached all parts of the community.

2.3 Media influencing at the evaluation stage

- **Family members.** These were of close relation, able to sincerely exchange opinions as well as suggestions to vote for appropriate persons.
- **Friends.** They can persuade, criticize, share opinions and lead to decision making to vote easily.
- **Leaflets.** These were very effective and informative media because all details of the candidates can be put into the folder.
- **Televisions.** They could inform of the candidates clearly through photos, sound and information.
- **Benefit-expecting groups.** These expected to develop their own community and can help people to create trust in the candidates and vote for them.

2.4 Media influencing at the decision making stage

- **Family members.** These were of close relation, able to sincerely exchange their opinions as well as suggestions to vote for appropriate persons.
- **Friends.** They can persuade, criticize, share opinions and lead to decision making to vote easily.
- **Benefit-expecting groups.** They expected to develop their own community and can help people create trust in the candidates and vote for them.

- **Posters.** These were a source of information about biographies of candidates and practically used to inform of candidates and their parties' policies.

- **Televisions.** They can inform easily and clearly of candidates' images and visions.