

วันอาทิตย์ที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โทรศัพท์ 02-727-3594-6 โทรสาร 02-727-3595

<http://www.nidapoll.nida.ac.th> <http://www.twitter.com/nidapoll> และ <http://www.facebook.com/nidapoll>

E-mail : nida_poll@nida.ac.th / nidapoll.nida@hotmail.co.th

“โซเชียลมีเดีย (Social Media) กับการเลือกตั้งปี 2562”

เรียน บรรณาธิการบริหาร / บรรณาธิการข่าว / หัวหน้าข่าว

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เปิดเผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “โซเชียลมีเดีย (Social Media) กับการเลือกตั้งปี 2562” ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 29 – 30 พฤศจิกายน 2561 จากประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกภูมิภาค ระดับการศึกษา และอาชีพ รวมทั้งสิ้น จำนวน 1,252 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดียของประชาชนในการติดตามข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งปี 2562 รวมถึงผลการใช้โซเชียลมีเดียกับการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง และพรรคการเมือง การสำรวจอาศัยการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น จากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยวิธีแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภูมิภาคสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95.0

จากการสำรวจเมื่อถามถึงการติดตามข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของการเลือกตั้งปี 2562 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 76.92 ระบุว่า ไม่ได้ติดตามผ่านโซเชียลมีเดีย และร้อยละ 23.08 ระบุว่า ติดตามผ่านโซเชียลมีเดีย

เมื่อถามถึงช่องทางของผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสารผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของการเลือกตั้งปี 2562 ผ่านโซเชียลมีเดีย พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 79.24 ติดตามผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook), แพนเพจ รองลงมา ร้อยละ 44.29 ติดตามผ่านไลน์ (Line) ร้อยละ 24.22 ติดตามผ่านยูทูป (Youtube) ร้อยละ 5.88 ติดตามผ่านอินสตาแกรม (Instagram) และร้อยละ 5.54 ติดตามผ่านทวิตเตอร์ (Twitter)

ด้านความเชื่อมั่นของประชาชนต่อข้อมูลการเลือกตั้งปี 2562 จากโซเชียลมีเดียว่าเป็นจริงทุกข้อมูล พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.18 ระบุว่า เชื่อบ้าง ไม่เชื่อบ้างว่าเป็นจริงทุกข้อมูล รองลงมา ร้อยละ 33.15 ระบุว่า ไม่เชื่อมั่นว่าเป็นจริงทุกข้อมูล ร้อยละ 4.79 ระบุว่า เชื่อมั่นว่าเป็นจริงทุกข้อมูล และร้อยละ 0.88 ระบุว่า ไม่แน่ใจ

สำหรับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลของโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือเลือกพรรคการเมือง ในการเลือกตั้งปี 2562 พบว่า ประชาชน ร้อยละ 19.57 ระบุว่า มีผลมาก ร้อยละ 37.22 ระบุว่า มีผลค่อนข้างมาก ร้อยละ 25.32 ระบุว่า มีผลค่อนข้างน้อย ร้อยละ 17.17 ระบุว่า ไม่มีผลเลย และร้อยละ 0.72 ระบุว่า ไม่แน่ใจ

ท้ายที่สุดเมื่อถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการให้พรรคการเมืองสามารถหาเสียงเลือกตั้งผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้อย่างเสรี พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 60.62 ระบุว่า เห็นด้วย รองลงมา ร้อยละ 36.50 ระบุว่า ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 2.80 ระบุว่า ไม่แน่ใจ และร้อยละ 0.08 ไม่ระบุ

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 8.47 มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ ร้อยละ 35.78 มีภูมิลำเนาอยู่ปริมณฑลและภาคกลาง ร้อยละ 18.13 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 23.32 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 14.30 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ตัวอย่างร้อยละ 49.84 เป็นเพศชาย และร้อยละ 50.16 เป็นเพศหญิง ตัวอย่างร้อยละ 6.71 มีอายุ 18 – 25 ปี ร้อยละ 16.21 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 22.52 มีอายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 33.39 มีอายุ 46 – 59 ปี ร้อยละ 20.77 มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และร้อยละ 0.40 ไม่ระบุอายุ

ตัวอย่างร้อยละ 94.25 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 3.35 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 0.80 นับถือศาสนาคริสต์ /ฮินดู/ซิกข์/ยิว/ ไม่นับถือศาสนาใด ๆ และร้อยละ 1.60 ไม่ระบุศาสนา ตัวอย่างร้อยละ 21.25 ระบุว่าสถานภาพโสด ร้อยละ 73.80 สมรสแล้ว ร้อยละ 3.35 หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ และร้อยละ 1.60 ไม่ระบุสถานภาพการสมรส ตัวอย่างร้อยละ 29.63 จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 29.71 จบการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 8.31 จบการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 25.64 จบการศึกษานิติศาสตร์หรือเทียบเท่า ร้อยละ 4.87 จบการศึกษามากกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 1.84 ไม่ระบุการศึกษา

ตัวอย่างร้อยละ 9.50 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.70 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 21.40 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 14.46 ประกอบอาชีพเกษตรกร/ประมง ร้อยละ 16.29 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน ร้อยละ 18.77 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน ร้อยละ 2.80 เป็นนักเรียน/นักศึกษา และร้อยละ 2.08 ไม่ระบุอาชีพ ตัวอย่างร้อยละ 16.29 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 26.36 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 24.12 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 11.18 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 6.87 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 6.63 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป และร้อยละ 8.55 ไม่ระบุรายได้

1. ปัจจุบันท่านติดตามข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของการเลือกตั้งปี 2562 ผ่านโซเชียลหรือไม่

การติดตามข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของการเลือกตั้งปี 2562 ผ่านโซเชียลมีเดีย	ร้อยละ
ไม่ได้ติดตามผ่าน โซเชียลมีเดีย	76.92
ติดตามผ่าน โซเชียลมีเดีย	23.08
รวม	100.00

2. ท่านใช้โซเชียลมีเดียช่องทางใดบ้างในการติดตามข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของการเลือกตั้งปี 2562 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 289)

ช่องทางการใช้โซเชียลมีเดียในการติดตามข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของการเลือกตั้งปี 2562	ร้อยละ
เฟซบุ๊ก (Facebook), แพนเพจ	79.24
ไลน์ (Line)	44.29
ยูทูป (Youtube)	24.22
อินสตาแกรม (Instagram)	5.88
ทวิตเตอร์ (Twitter)	5.54
รวม	100.00

3. ท่านเชื่อมั่นหรือไม่ว่าข้อมูลการเลือกตั้งปี 2562 จากโซเชียลมีเดีย เป็นจริงทุกข้อมูล

ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อข้อมูลการเลือกตั้งปี 2562 จากโซเชียลมีเดียว่าเป็นจริงทุกข้อมูล	ร้อยละ
เชื่อบ้าง ไม่เชื่อบ้างว่าเป็นจริงทุกข้อมูล	61.18
ไม่เชื่อมั่นว่าเป็นจริงทุกข้อมูล	33.15
เชื่อมั่นว่าเป็นจริงทุกข้อมูล	4.79
ไม่แน่ใจ	0.88
รวม	100.00

4. ท่านคิดว่าโซเชียลมีเดีย (Social Media) มีผลมากน้อยเพียงใดต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือเลือกพรรคการเมืองในการเลือกตั้งปี 2562 ที่จะถึงนี้

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลของโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือเลือกพรรคการเมืองในการเลือกตั้งปี 2562	ร้อยละ
มีผลมาก	19.57
มีผลค่อนข้างมาก	37.22
มีผลค่อนข้างน้อย	25.32
ไม่มีผลเลย	17.17
ไม่แน่ใจ	0.72
รวม	100.00

5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับการให้พรรคการเมืองสามารถหาเสียงเลือกตั้งผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้อย่างเสรี

การให้พรรคการเมืองสามารถหาเสียงเลือกตั้งผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้อย่างเสรี	ร้อยละ
เห็นด้วย	60.62
ไม่เห็นด้วย	36.50
ไม่แน่ใจ	2.80
ไม่ระบุ	0.08
รวม	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	106	8.47
ปริมณฑลและภาคกลาง	448	35.78
ภาคเหนือ	227	18.13
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	292	23.32
ภาคใต้	179	14.30
รวม	1,252	100.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	624	49.84
หญิง	628	50.16
เพศทางเลือก	-	-
รวม	1,252	100.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 25 ปี	84	6.71
26 – 35 ปี	203	16.21
36 – 45 ปี	282	22.52
46 – 59 ปี	418	33.39
60 ปีขึ้นไป	260	20.77
ไม่ระบุ	5	0.40
รวม	1,252	100.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	1,180	94.25
อิสลาม	42	3.35
คริสต์/ฮินดู/ซิกข์/ยิว/ไม่นับถือศาสนาใด ๆ	10	0.80
ไม่ระบุ	20	1.60
รวม	1,252	100.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	266	21.25
สมรส	924	73.80
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	42	3.35
ไม่ระบุ	20	1.60
รวม	1,252	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (ต่อ)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	371	29.63
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	372	29.71
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	104	8.31
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	321	25.64
สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	61	4.87
ไม่ระบุ	23	1.84
รวม	1,252	100.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	119	9.50
พนักงานเอกชน	184	14.70
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	268	21.40
เกษตรกร/ประมง	181	14.46
รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน	204	16.29
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	235	18.77
นักเรียน/นักศึกษา	35	2.80
พนักงานองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร	-	-
ไม่ระบุ	26	2.08
รวม	1,252	100.00

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	204	16.29
ไม่เกิน 10,000	330	26.36
10,001 – 20,000	302	24.12
20,001 – 30,000	140	11.18
30,001 – 40,000	86	6.87
40,001 ขึ้นไป	83	6.63
ไม่ระบุ	107	8.55
รวม	1,252	100.00