



อิทธิพลของการใช้ เฟซบุ๊ก เพื่อการหาเสียงที่มีผลต่อ  
การลงคะแนนเสียงของประชาชน

โดย

นางสาว นภัศ ตันติเสวี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2556

## บทคัดย่อ

ช่องทางการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างต่อเนื่องทำให้ การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้การสื่อสารผ่าน สื่อสังคม (Social Media) จึงกลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่นับว่ามีความสำคัญอีกทางหนึ่ง ไม่ใช่แค่เฉพาะการสื่อสารระหว่างบุคคลเท่านั้น แต่ การสื่อสารระหว่างนักการเมืองกับประชาชนกลับมาความสำคัญขึ้น ซึ่งสื่อสังคมที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก และจากงานวิจัยของต่างประเทศ ปรากฏผลว่าการใช้ เฟซบุ๊ก ในต่างประเทศเพื่อการโฆษณาหาเสียงทางการเมืองมีนัยสำคัญต่อการเลือกตั้งของประชาชนเช่นกัน

งานวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาปัจจัยในการที่นักการเมืองใช้เฟซบุ๊ก เพื่อการโฆษณาหาเสียงที่ส่งผลกระทบต่อในแง่ต่าง ๆ ได้แก่ การส่งผลต่อการรับรู้ทางการเมือง, ส่งผลต่อทัศนคติต่อนักการเมือง รวมถึง ความตระหนักในเรื่องของการเมืองที่ประชาชนพึงจะได้รับจากการใช้ เฟซบุ๊ก และส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเลือกตั้งของประชาชน โดยการทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 200 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจในเรื่องการเมืองจากการใช้ เฟซบุ๊กในชีวิตประจำวัน และมีความสนใจที่จะเข้าไปดู เฟซบุ๊กของนักการเมือง โดยมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และนำเสนอผลการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และ การวิเคราะห์ความถดถอย (Regression) เพื่อให้การดำเนินการวิจัยไปสู่ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านการรับรู้ทางการเมือง ซึ่งได้รับผลกระทบมาจากการใช้เฟซบุ๊กของนักการเมือง และทำให้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการเลือกตั้งของประชาชน ซึ่ง การใช้เฟซบุ๊กของนักการเมืองทำให้ทัศนคติที่มีต่อนักการเมืองเปลี่ยนไป แต่ด้านปัจจัยทางทัศนคติและความตระหนักทางการเมืองไม่ได้ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญ

ดังนั้น นักการเมืองหรือกลุ่มบุคคลที่จะใช้ เฟซบุ๊กในการโฆษณาหาเสียงทางการเมืองทำให้การรับรู้ของประชาชนเพิ่มมากขึ้นได้และส่งผลต่อการกระทำต่อการรับรู้ นั่น ๆ รวมถึงทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ ๆ นั้นเกิดประโยชน์สูงสุด

## Abstract

Communication channel through the continuous development of technology. Communication between groups of people are more diverse. The communication through social media, thus becoming the communication channel is an important way. Not just specific interpersonal communication, but communication between politicians and the public to focus on. This was an important transmission media including Facebook and most of their research abroad. The results show that the use of Facebook in the country to campaign against the political significance of the elections as well.

This research aims to study factors that politicians use Facebook to the ad campaigns that impact in terms include the effect on the perception of political, affecting attitudes toward politicians being aware about the politics of the people shall be obtained from the use of Facebook and effect to the intent of the election. By the Survey Research storing data from an online survey of 200 sets of samples with an interest in politics from whom use Facebook everyday and also interested to see Facebook of politicians. By age 18 years, and the findings presented by Factor Analysis and Regression Analysis (Regression) to conduct research into the objectives laid down.

The results showed that elevating the political awareness which affected the use of Facebook by politicians and make a positive impact on the willingness of the people in the election of politicians who use Facebook to attitudes toward political change but the attitude and awareness of the political factors do not affect the intent of the election significantly.

So politicians or persons to use Facebook for advertising in political campaigns to increase public awareness and actions affect the perceptions and attitudes change as well. In order to communicate through new communication channel gain more benefits and the most advantages.