

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเรื่องแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : กรณีศึกษา เขตการเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดสงขลา การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอเป็น 5 ตอนด้วยกันคือ

- ตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไป
- ตอนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง
- ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ
- ตอนที่ 5 แนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง

ตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไป

สำหรับลักษณะข้อมูลทั่วไป เป็นการกล่าวถึงภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม ของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสำรวจเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้รับลักษณะข้อมูล ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไป

		n = 400
ลักษณะทั่วไปของบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	204	51.0
หญิง	196	49.0
2. อายุ		
19-39 ปี	250	62.5
40-59 ปี	132	33.0
60 ขึ้นไป	18	4.5

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไป (ต่อ)

n = 400

ลักษณะทั่วไปของบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
อ่านออกเขียนได้ - ป.6	74	18.5
ม.ต้น-ม.ปลายและ ปวช.	93	23.3
ปวส. ,ปทศ.สูง-ปริญญาตรีขึ้นไป	233	58.3
4. สถานภาพ		
โสด	175	43.8
แต่งงานอยู่ด้วยกัน	225	56.3
5. อาชีพ		
เกษตรกร	41	10.3
ค้าขาย	50	12.5
รับราชการ-วิสาหกิจ	74	18.5
รับจ้าง-กรรมกร	45	11.3
พนักงานเอกชน	84	21.0
อาชีพอิสระ	40	10.0
ผู้ประกอบการวิชาชีพ	9	2.3
ว่างงาน	10	2.5
ระบืออาชีพ	47	11.8
6. ระดับรายได้		
1,500-6,500 บาท	144	36.0
6,501-15,000 บาท	194	48.5
15,000 บาทขึ้นไป	62	15.5

จากตารางที่ 4.1 สามารถแจกแจงลักษณะทั่วไปของบุคคลได้ดังนี้

1.1 เพศ มีสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงที่ใกล้เคียงกัน โดยร้อยละ 51.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.0 เป็นเพศหญิง

1.2 อายุ มีสัดส่วนของกลุ่มอายุ 19-39 ปีมากที่สุด ร้อยละ 62.5 รองลงมาอยู่ในกลุ่มอายุ 40-59 ปี ร้อยละ 33.0 และกลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.0

1.3 ระดับการศึกษา มีสัดส่วนของผู้ที่มีการศึกษาระดับ ระดับ ปวส., ปกศ.สูง-ปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ระดับการศึกษา ม.ต้น-ม.ปลาย และ ปวช. ร้อยละ 23.3 สุดท้ายคือกลุ่มของผู้ที่มีระดับการศึกษาอ่านออกเขียนได้ - ป.6 ร้อยละ 18.5

1.4 สถานภาพของบุคคล มีสัดส่วนของผู้ที่มีสถานภาพแต่งงานอยู่ด้วยกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสถานะ โสด ร้อยละ 43.8

1.5 อาชีพ มีสัดส่วนของผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาคือผู้ที่ประกอบอาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.5 ค้าขาย ร้อยละ 12.5 และอาชีพรับจ้าง-กรรมกร ร้อยละ 11.3 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 10.3 และอาชีพอิสระ ร้อยละ 10.0 ตามด้วยอาชีพที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุนอกเหนือจากอาชีพที่ได้กำหนดไว้นั้นคือ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับลูกจ้างห้างร้านขายของ นักเรียนนักศึกษา และเจ้าของกิจการ ร้อยละ 11.8 ผู้ที่ว่างงาน ร้อยละ 2.5 ผู้ที่ประกอบวิชาชีพหมอ/ทนายความ/นักร้อง ร้อยละ 2.3

1.6 รายได้ สำหรับผู้ที่มีรายได้ในช่วง 6,501-15,000 บาท จะเป็นช่วงรายได้ที่มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 48.5 ในช่วง 1,500-6,500 บาท ร้อยละ 36.0 ช่วง 15,001-20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 15.5



ตอนที่ 2 ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง

จากการนำเสนอลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนต่อไปในการนำเสนอคือ ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งในด้าน จิตวิทยาทางการเมือง ดังตารางที่ 4.2

2.1 พฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
n=400		
1. จำนวนครั้งของการไปเลือกตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ.2548-2549		
1 ครั้ง	43	10.7
2 ครั้ง	94	23.5
3 ครั้ง	263	65.8
2. สาเหตุสำคัญในการไปลงคะแนนเสียง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- กลัวเสียสิทธิ	224	56.0
- ไปเพราะถือว่าเป็นหน้าที่ตามกฎหมาย	125	31.2
- ต้องการได้คนที่ตนพอใจเข้าไปทำงาน	93	23.3
- ผู้นำท้องถิ่นชี้แนะ	36	8.9
- หัวคะแนนจ่ายเงินให้	18	4.5
- ผู้สมัครหรือพรรคพวกร้องขอ	15	3.8
- ผู้สมัครทำประโยชน์ให้	12	2.9
- ญาติพี่น้องร้องขอ	11	2.8
3.เหตุผลของการไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง		
- คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	272	68.2
- ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	89	22.2
- หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	39	9.6

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

n=400		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
4. การใช้หลักเกณฑ์ในการเลือก ส.ส. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- พิจารณา นโยบายและผลงานของพรรค	204	50.9
- ตัดสินใจเอง โดยไม่ได้นำปัจจัยต่างๆมาทำการพิจารณา	137	34.2
- พิจารณาจากพฤติกรรมหรือความรู้ความสามารถของผู้สมัคร	94	23.4
- พิจารณาจากการถูกชักชวนโดยผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน	84	21.1
- การพิจารณาจาก ผู้ที่เคารพนับถือบอก	36	8.9
5. ระยะเวลาในการตัดสินใจที่จะเลือก ส.ส.		
- ตัดสินใจก่อนการเลือกตั้งประมาณ 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	258	64.5
- ในวันเลือกตั้ง	80	20.0
- ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	62	15.5
6. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนนเสียงให้ ส.ส. ที่คิดว่าจะเลือกก่อน		
เข้าคูหา		
- ไม่เปลี่ยนความคิด	352	88.0
- เปลี่ยนความคิด	48	12.0
7. การเลือกผู้สมัครระบบแบ่งเขตและระบบบัญชี		
- ให้คะแนนผู้สมัครทั้งแบบแบ่งเขตและบัญชีรายชื่อพรรคเดียวกัน	313	78.2
- เลือกผู้สมัครแบบแบ่งเขตและบัญชีรายชื่อคนละพรรค	87	21.8
8. การคำนึงถึงตัวผู้สมัครหรือพรรคมากกว่ากัน		
- คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอๆกัน	187	46.7
- คำนึงถึงตัวผู้สมัครมากกว่า	107	26.8
- คำนึงถึงพรรคมากกว่า	106	26.5
9. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.		
- ไม่ค่อยตรง	189	47.2
- ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	112	28.0
- ตรงมาก	53	13.3
- ไม่ตรงเลย	46	11.5

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

n=400		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
10. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.		
- ต้องการให้ ส.ส. เป็นปากเป็นเสียงแทนตนเองในท้องถิ่น	330	82.5
- ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	50	12.5
- เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	20	5.0
11. นโยบายของพรรคที่ให้ความสำคัญมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- ช่วยเหลือเกษตรกร	160	40.1
- การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน ประปา ไฟฟ้า	143	35.7
- ปัญหาปากท้องของประชาชน	139	34.8
- ปัญหาการคอร์รัปชัน	52	13
- การเข้าไปแก้ไขรัฐธรรมนูญ	20	5.1
- นโยบายเกี่ยวกับผลประโยชน์ของประชาชน	394	98.5
บุคลิกภาพของหัวหน้าพรรค		
12. ลักษณะหัวหน้าพรรคที่ประชาชนชื่นชอบและส่งผลต่อการลงคะแนนเสียง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- ความเป็นผู้นำ	209	52.3
- มีนโยบายที่สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาของประเทศในขณะนี้	154	38.5
- พิจารณาจากความซื่อสัตย์และเป็นคนดี	126	31.6
- เป็นผู้ที่น่านับถือ	57	14.3
- หัวหน้าพรรคที่ทำประโยชน์ให้	41	10.2

จากการศึกษาพฤติกรรมกรเลือกตั้งในด้านจิตวิทยาทางการเมืองของเขตเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดสงขลานั้น พบว่า

2.1.1 จำนวนครั้งของการไปเลือกตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ.2548-2549 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65.8 ไปเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้ง 3 ครั้ง มากที่สุดรองลงมาคือ ร้อยละ 23.5 จำนวน 2 ครั้ง และร้อยละ 10.7 จำนวน 1 ครั้งน้อยที่สุด

2.1.2 สาเหตุสำคัญในการไปลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 56.0 กลัวเสียสิทธิมากที่สุด รองลงมาคือ ไปเพราะถือว่าเป็นหน้าที่ตามกฎหมาย ร้อยละ 31.2 อันดับต่อมาคือ ต้องการได้คนที่ตนพอใจเข้าไปทำงาน ร้อยละ 23.3 ผู้นำท้องถิ่นชี้แนะ ร้อยละ 8.9 หัวคะแนนจ่ายเงินให้ ร้อยละ 4.5 ผู้สมัครหรือพรรคพวกร้องขอ ร้อยละ 3.8 ผู้สมัครทำประโยชน์ให้ ร้อยละ 2.9 และอันดับสุดท้ายคือ ญาติพี่น้องร้องขอ ร้อยละ 2.8

2.1.3 เหตุผลของการไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร ร้อยละ 68.15 รองลงมาคือ ป่วยและคิดว่าเสียเวลา ร้อยละ 22.22 สุดท้ายคือ หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา ร้อยละ 9.63 ของผู้ที่ตอบทั้งหมด

2.1.4 การใช้หลักเกณฑ์ในการเลือก ส.ส. จากการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.9 จะตัดสินใจเลือก ส.ส. โดยการพิจารณานโยบายและผลงานของพรรค รองลงมาคือ ตัดสินใจเองโดยไม่ได้นำไปปัจจัยต่างๆ มาทำการพิจารณา ร้อยละ 34.2 อันดับต่อมาคือ พิจารณาจากพฤติกรรมหรือความรู้ความสามารถของผู้สมัคร ร้อยละ 23.4 การพิจารณาจากการถูกชักชวนโดยผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ร้อยละ 21.1 และสุดท้ายคือ การพิจารณาจากผู้ที่เคารพนับถือบอก ร้อยละ 8.9 ของผู้ที่ตอบทั้งหมด

2.1.5 ระยะเวลาในการตัดสินใจที่จะเลือก ส.ส. พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจก่อนการเลือกตั้งประมาณ 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้นมากที่สุด ร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ ในวันเลือกตั้ง ร้อยละ 20 และตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือก่อนหน้านั้น 2-3 วัน ร้อยละ 15.5

2.1.6 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนนเสียงให้ ส.ส. ที่คิดว่าจะเลือกก่อนเข้าคูหา พบว่า ร้อยละ 88.0 ตอบว่าไม่เปลี่ยนความคิด รองลงมาคือ เปลี่ยนความคิด ร้อยละ 12.0

2.1.7 การเลือกผู้สมัครระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญมากที่สุดกับการให้คะแนนผู้สมัครทั้งแบบแบ่งเขตและบัญชีรายชื่อพรรคเดียวกัน ร้อยละ 78.2 รองลงมาคือ เลือกผู้สมัครในระบบแบ่งเขตและบัญชีรายชื่อคนละพรรค ร้อยละ 21.8

2.1.8 การคำนึงถึงตัวผู้สมัครหรือพรรคมากกว่ากัน พบว่า จะคำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอๆ กัน ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ คำนึงถึงตัวผู้สมัครมากกว่า ร้อยละ 26.8 และ คำนึงถึงพรรคมากกว่า ร้อยละ 26.5

2.1.9 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า ร้อยละ 47.2 จะตอบว่าไม่ค่อยตรง รองลงมาคือ ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 28.0 และตรงมาก ร้อยละ 13.3 และไม่ตรงเลย ร้อยละ 11.5

2.1.10 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.5 ต้องการให้ ส.ส. เป็นปากเป็นเสียงแทนตนเองในท้องถิ่น รองลงมาคือ ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย ร้อยละ 12.5 และเป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์ ร้อยละ 5.0

2.1.11 นโยบายของพรรคที่กลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า มากที่สุดคือ ช่วยเหลือเกษตรกร ร้อยละ 40.1 รองลงมาคือ การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน ประปา ไฟฟ้า ร้อยละ 35.7 ปัญหาปากท้องของประชาชน ร้อยละ 34.8 ปัญหาการคอร์รัปชัน ร้อยละ 13.0 การเข้าไปแก้ไขรัฐธรรมนูญ ร้อยละ 5.1 ในขณะที่เดียวกันเป็นที่น่าสนใจว่าความต้องการที่จะให้มีนโยบายเกี่ยวกับความเห็นแก่ผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักนั้น จากการศึกษาค้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 98.5 ที่ตอบข้อนี้จะให้ความสนใจน้อยที่สุด

2.1.12 บุคลิกภาพของหัวหน้าพรรคในประเด็นลักษณะหัวหน้าพรรคที่ประชาชนชื่นชอบและส่งผลต่อการลงคะแนนเสียง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า คุณสมบัติของหัวหน้าพรรคที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบและมีผลต่อการจะลงคะแนนเสียงให้มากที่สุด ก็คือความเป็นผู้นำ ร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ มีนโยบายที่สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาของประเทศในขณะนี้ ร้อยละ 38.5 อันดับต่อมาคือพิจารณาจากความซื่อสัตย์และเป็นคนดี ร้อยละ 31.6 เป็นผู้ที่น่านับถือ ร้อยละ 14.3 หัวหน้าพรรคที่ทำประโยชน์ให้ ร้อยละ 10.2 ของผู้ที่ตอบทั้งหมด

2.2 ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

พฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมืองถือว่า เป็นรูปแบบที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ในด้านของการกระตุ้นให้มีการลงคะแนนเสียงที่จะทำให้เกิดผลที่ดีและไม่ดีรวมอยู่ด้วยกัน ในหัวข้อนี้จะยกเอาลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง มานำเสนอดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

	n=400	
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. การเข้าร่วมพูดคุยทางการเมืองกับกลุ่มหรือบุคคลต่างๆ เพื่อให้มีการแก้ไขปัญหาบ้านเมืองและ/หรือการทำมาหากินของประชาชน		
- ไม่เคยเข้าร่วมพูดคุยทางการเมือง	268	67.0
- เคยเข้าร่วมพูดคุยทางการเมือง	132	33.0
2. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง		
- ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	305	76.3
- ติดตามทุกครั้ง	66	16.5
- ไม่ติดตามเลย	29	7.3
3. ความสนใจในการเลือกตั้ง สส		
- ไม่สนใจเลย	272	68.0
- สนใจ	128	32.0
4. การรับทราบความเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร		
- รับทราบว่าใครเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของตน	314	78.5
- ไม่ทราบ	86	21.5
5. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงก่อนการเลือกตั้ง		
- ไปบ้างเป็นบางครั้ง	290	72.4
- ไม่เคยเลย	79	19.8
- ไปทุกครั้ง	31	7.8
6. สื่อที่ใช้ติดตามฟังการหาเสียงของผู้สมัคร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- โทรทัศน์	220	55.0
- การเปิดเวทีปราศรัยของผู้สมัครเอง	162	40.5
- การพบปะของหัวหน้าคณะหรือผู้สมัคร	64	16.0
- อินเทอร์เน็ต	52	13.0
- วิทยุ	24	6.1.0
- หนังสือพิมพ์	16	4.0
- สื่อแผ่นพับและรถแห่ป้ายต่างๆ	12	3.1

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

	n=400	
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
7. สื่อที่ใช้ติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหวของการเลือกตั้ง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- โทรทัศน์	292	73.1
- สื่อบุคคล เช่น หัวคะแนน ผู้สมัคร เจ้าหน้าที่รัฐ	102	25.6
- ป้ายประกาศ	89	22.2
- วิทยู	32	8.0
- โทรศัพท ์ ใบปลิว ปากต่อปาก	22	5.6
8. สื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่าการซื้อเสียง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- สื่อบุคคล	233	58.3
- โทรทัศน์	107	26.8
- จากชาวบ้าน หรือการพูดคุยกัน	30	7.5
9. การรับทราบว่าการซื้อเสียง		
- มีการซื้อเสียงในการเลือกตั้งทั้ง 3 ครั้งที่ผ่านมา	349	87.3
- ไม่มี	37	9.2
- มีบ้างและไม่ทราบ	14	3.5
10. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง		
- ไม่แจ้ง	282	70.5
- แจ้ง	118	29.5
11. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบว่าการซื้อเสียง		
- ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะคิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้	276	69.0
- กลัวอิทธิพล	124	31.0
12. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน		
- จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	374	93.5
- ต้องลงคะแนนให้เมื่อได้รับแจกเงิน	26	6.5

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งในด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมืองของเขตเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดสงขลานั้น พบว่า

2.2.1 การเข้าร่วมพูดคุยทางการเมืองกับกลุ่มหรือบุคคลต่างๆ เพื่อให้มีการแก้ไขปัญหาบ้านเมืองและ/หรือการทำมาหากินของประชาชนนั้น พบว่า ไม่เคยเข้าร่วมพูดคุยทางการเมืองถึงร้อยละ 67.0 รองลงมาคือเคยเข้าร่วมพูดคุยทางการเมือง ร้อยละ 33.0

2.2.2 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า จะติดตามบ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 76.3 รองลงมาคือติดตามทุกครั้ง ร้อยละ 16.5 ไม่ติดตามเลย ร้อยละ 7.3

2.2.3 ความสนใจในการเลือกตั้ง สส. พบว่า ร้อยละ 68.0 จะตอบว่าไม่สนใจเลย รองลงมาคือสนใจ ร้อยละ 32.0

2.2.4 การรับทราบความเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 78.5 ได้รับทราบว่าเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของตน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบนั้นมีถึง ร้อยละ 21.5 ของผู้ที่ตอบทั้งหมด

2.2.5 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงก่อนการเลือกตั้ง พบว่า ร้อยละ 72.5 ไปบ้างเป็นบางครั้ง รองลงมาคือไม่เคยเลยร้อยละ 19.8 และไปทุกครั้งร้อยละ 7.8

2.2.6 สำหรับสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ติดตามฟังการหาเสียงของผู้สมัคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า มากที่สุดคือโทรทัศน์ ร้อยละ 55.00 รองลงมาคือการเปิดเวทียุทูปของ ผู้สมัครเอง ร้อยละ 40.5 ป้ายประกาศ ร้อยละ 16.0 การพบปะของหัวหน้าหรือผู้สมัคร ร้อยละ 13.0 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 6.1 วิทยู ร้อยละ 4.0 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 3.1 ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับสื่อแผ่นพับและรถแห่ป้ายต่างๆ

2.2.7 สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหวของการเลือกตั้ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า ร้อยละ 73.1 คือโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อบุคคล เช่น หัวหน้าคน ผู้สมัคร เจ้าหน้าที่รัฐ ร้อยละ 25.6 ป้ายประกาศ ร้อยละ 22.2 วิทยู ร้อยละ 8.0 ในขณะที่เดียวกัน สื่อทางด้านโทรทัศน์ ไลน์ ไลน์ ไลน์ ปากต่อปาก กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือร้อยละ 5.6 ของผู้ที่ตอบทั้งหมด

2.2.8 สื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่าการซื้อเสียง พบว่า สื่อที่เป็นแหล่งทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมั่นใจว่าการซื้อเสียงคือสื่อบุคคลมากที่สุด ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือโทรทัศน์ ร้อยละ 26.8 ลำดับต่อมาคือจากชาวบ้านหรือการพูดคุยกัน ร้อยละ 7.5

2.2.9 การรับทราบว่าการซื้อเสียง พบว่า ร้อยละ 87.3 เห็นว่าการซื้อเสียงในการเลือกตั้งทั้ง 3 ครั้งที่ผ่านมา รองลงมาคือไม่มี ร้อยละ 9.3 ลำดับต่อมาคือมีบ้างและไม่ทราบ ร้อยละ 3.5 ของผู้ที่ตอบทั้งหมด

2.2.10 และเมื่อทำการศึกษาถึงการแข็งหรือไม่แข็งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 70.5 ไม่แข็ง รองลงมาคือแข็ง ร้อยละ 29.5

2.2.11 จากการศึกษาถึงเหตุผลของการแข็งหรือไม่แข็งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 69.0 ตอบว่าไม่มีหลักประกันและเสียเวลา เพราะคิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้ รองลงมาคือกลัวอิทธิพล ร้อยละ 31.0

2.2.12 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 93.5 เมื่อได้รับแจกเงิน จะตอบว่าจะไม่ลงคะแนนเสียงให้ และร้อยละ 6.5 จะตอบว่าต้องลงคะแนนให้เมื่อได้รับแจกเงิน

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมด้านจิตวิทยาทางการเมือง

จากผลการวิจัยในด้าน พฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาและสิ่งแวดล้อมทางการเมือง พบว่า มีลักษณะบางประการเป็นต้นเหตุหลักที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกตั้งต่างๆ ตามมา มากมาย เหตุดังกล่าวล้วนเกิดจากความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล (แคมป์เบลล์ และคณะ อ้างใน สุจิตร์ บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว 2527 : 126) เพราะฉะนั้นการเปรียบเทียบปัจจัย ส่วนบุคคลกับลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมการเลือกตั้งในด้านจิตวิทยาทางการเมือง จึงมี ความสำคัญในการพิจารณา ดัง ตารางที่ 4.4 - 4.9

ตารางที่ 4.4 เพศกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	เพศ		หมายเหตุ	
	ชาย	หญิง		
	n = 400			
1. สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง				
1. ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	จำนวน	16	14	$\chi^2=11.31$ P value = 0.483
	ร้อยละ	24.2	20.3	
2. คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	จำนวน	42	50	
	ร้อยละ	63.6	72.5	
3. หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	จำนวน	8	5	
	ร้อยละ	12	7.2	
2. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.				
1. ในวันเลือกตั้ง	จำนวน	36	44	$\chi^2=1.609$ P value = 0.447
	ร้อยละ	17.6	22.4	
2. ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	จำนวน	34	28	
	ร้อยละ	16.7	14.3	
3. ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	จำนวน	134	124	
	ร้อยละ	65.7	63.3	
3. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน				
1. เปลี่ยน	จำนวน	20	28	$\chi^2=1.901$ P value = 0.168
	ร้อยละ	9.8	14.3	
2. ไม่เปลี่ยน	จำนวน	184	168	
	ร้อยละ	90.2	85.7	

ตารางที่ 4.4 เพศกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	เพศ		หมายเหตุ	
	ชาย	หญิง		
	n = 400			
4. การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน				
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	จำนวน	60	47	
	ร้อยละ	29.4	24.0	
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	จำนวน	50	56	$\chi^2=1.765$
	ร้อยละ	24.5	28.6	P value = 0.414
3. คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอกๆกัน	จำนวน	94	93	
	ร้อยละ	46.1	47.4	
5. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.				
1. ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	จำนวน	34	16	
	ร้อยละ	16.7	8.2	$\chi^2=6.959$
2. เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น	จำนวน	159	171	P value = 0.031
	ร้อยละ	77.9	87.2	V= 0.132
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	จำนวน	11	9	
	ร้อยละ	5.4	4.6	
6. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่				
1. ไม่ตรงเลย	จำนวน	32	14	
	ร้อยละ	15.7	7.1	
2. ไม่ค่อยตรง	จำนวน	94	95	$\chi^2=11.31$
	ร้อยละ	46.1	48.5	P value = 0.01
3. ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	จำนวน	47	65	V= 0.168
	ร้อยละ	23.0	33.2	
4. ตรงมาก	จำนวน	31	22	
	ร้อยละ	15.2	11.2	

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศกับพฤติกรรมด้านจิตวิทยาทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.1.1 สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง

3.1.2 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.

3.1.3 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน

3.1.4 การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน

3.1.5 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญในประเด็น “เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น” มากที่สุด ร้อยละ 87.2 ส่วนเพศชายจะให้ความสำคัญร้อยละ 77.9 รองลงมาคือ “ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย” ซึ่งเพศชายจะให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 16.7 ส่วนเพศหญิงจะให้ความสำคัญ ร้อยละ 8.2

3.1.6 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่ค่อยตรง” มากที่สุด ร้อยละ 48.5 ส่วนเพศชายจะให้ความสำคัญร้อยละ 46.1 รองลงมาคือ “ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น” โดย เพศหญิงจะให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 33.2 ส่วนเพศชายจะให้ความสำคัญ ร้อยละ 23.0

ตารางที่ 4.5 อายุกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อายุ			รวม
	19-39 ปี	40-59 ปี	60-70 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	
1. สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง				
1. ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	จำนวน 22	7	1	$\chi^2=2.367$ P value = 0.669
	ร้อยละ 19.8	33.3	33.3	
2. คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	จำนวน 78	12	2	
	ร้อยละ 70.3	57.1	66.7	
3. หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	จำนวน 11	2	0	
	ร้อยละ 9.9	9.5	0.0	
2. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.				
1. ในวันเลือกตั้ง	จำนวน 64	14	2	$\chi^2=18.01$ P value = 0.001 V= 0.212
	ร้อยละ 25.6	10.6	11.1	
2. ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	จำนวน 43	18	1	
	ร้อยละ 17.2	13.6	5.6	
3. ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	จำนวน 143	100	15	
	ร้อยละ 57.2	75.8	83.3	
3. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน				
1. เปลี่ยน	จำนวน 38	9	1	$\chi^2=6.489$ P value = 0.039 V= 0.127
	ร้อยละ 15.2	6.8	5.6	
2. ไม่เปลี่ยน	จำนวน 212	123	17	
	ร้อยละ 84.8	93.2	94.4	

ตารางที่ 4.5 อายุกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อายุ			หมายเหตุ	
	n = 400				
	19-39 ปี	40-59 ปี	60-70 ปีขึ้นไป		
4. การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน					
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	จำนวน	75	26	6	$\chi^2=12.76$ P value = 0.012 V= 0.126
	ร้อยละ	30.0	19.7	33.3	
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	จำนวน	62	35	9	
	ร้อยละ	24.8	26.5	50.0	
3. คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอกๆกัน	จำนวน	113	71	3	
	ร้อยละ	45.2	53.8	16.7	
5. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.					
1. ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	จำนวน	23	25	2	$\chi^2=20.305$ P value = 0.000 V= 0.159
	ร้อยละ	9.2	18.9	11.1	
2. เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น	จำนวน	214	104	12	
	ร้อยละ	85.6	78.8	66.7	
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	จำนวน	13	3	4	
	ร้อยละ	5.2	2.3	22.2	
6. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.					
1. ไม่ตรงเลย	จำนวน	27	18	1	$\chi^2=5.289$ P value = 0.507
	ร้อยละ	10.8	13.6	5.6	
2. ไม่ค่อยตรง	จำนวน	119	62	8	
	ร้อยละ	47.6	47.0	44.4	
3. ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	จำนวน	76	31	5	
	ร้อยละ	3.4	23.5	27.8	
4. ตรงมาก	จำนวน	28	21	4	
	ร้อยละ	11.2	15.9	22.2	

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุกับพฤติกรรมในด้านจิตวิทยาทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.1.1 สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง

3.1.2 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุ 60-70 ปี ขึ้นไป จะให้ความสำคัญในประเด็น “ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น” มากที่สุด ร้อยละ 88.3 ส่วนระดับอายุ 40-59 ปี จะให้ความสำคัญร้อยละ 75.8

3.1.3 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนนตัวแปรอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุ 60-70 ปี จะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่เปลี่ยนใจ” มากที่สุด ร้อยละ 94.4 ส่วนระดับอายุ 40-59 ปี จะให้ความสำคัญร้อยละ 92.3

3.1.4 การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุ 40-59 ปี จะให้ความสำคัญในประเด็น “คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอกๆกัน” มากที่สุด ร้อยละ 53.8 ส่วนระดับอายุ 19-39 ปี จะให้ความสำคัญร้อยละ 45.2

3.1.5 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดย ระดับอายุ 19-39 ปี จะให้ความสำคัญในประเด็น “เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น” มากที่สุด ร้อยละ 85.6 ส่วนระดับอายุ 40-59 ปี จะให้ความสำคัญร้อยละ 78.8

3.1.6 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.

ตารางที่ 4.6 สถานภาพกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	สถานภาพ		หมายเหตุ	
	n = 400			
	โสด	แต่งงานอยู่ด้วยกัน		
1. สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง				
1. ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	จำนวน	11	19	$\chi^2 = 4.376$
	ร้อยละ	15.3	30.2	
2. คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	จำนวน	53	39	P value = 0.112
	ร้อยละ	73.6	61.9	
3. หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	จำนวน	8	5	
	ร้อยละ	11.11	7.9	
2. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.				
1. ในวันเลือกตั้ง	จำนวน	50	30	$\chi^2 = 15.448$
	ร้อยละ	28.6	13.3	
2. ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือ ก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	จำนวน	28	34	P value = 0.000
	ร้อยละ	16.0	15.1	
3. ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	จำนวน	97	161	V= 0.197
	ร้อยละ	55.4	71.6	
3. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน				
1. เปลี่ยน	จำนวน	25	23	$\chi^2 = 1.539$
	ร้อยละ	14.3	10.2	
2. ไม่เปลี่ยน	จำนวน	150	202	P value = 0.215
	ร้อยละ	85.7	89.8	

ตารางที่ 4.6 สถานภาพกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	สถานภาพ		หมายเหตุ	
	n = 400			
	โสด	แต่งงานอยู่ด้วยกัน		
4. การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน				
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	จำนวน	52	55	$\chi^2 = 1.539$ P value = 0.215
	ร้อยละ	29.7	24.4	
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	จำนวน	44	62	
	ร้อยละ	25.1	27.6	
3. คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอๆ กัน	จำนวน	79	108	
	ร้อยละ	45.1	48.0	
5. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.				
1. ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	จำนวน	15	35	$\chi^2 = 5.380$ P value = 0.068
	ร้อยละ	8.6	15.6	
2. เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น	จำนวน	153	177	
	ร้อยละ	87.4	78.7	
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	จำนวน	7	13	
	ร้อยละ	4.0	5.8	
6. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.				
1. ไม่ตรงเลย	จำนวน	10	36	$\chi^2 = 13.172$ P value = 0.004 V = 0.181
	ร้อยละ	5.7	16.0	
2. ไม่ค่อยตรง	จำนวน	92	97	
	ร้อยละ	52.6	43.1	
3. ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	จำนวน	54	58	
	ร้อยละ	30.9	25.8	
4. ตรงมาก	จำนวน	19	34	
	ร้อยละ	10.9	15.1	

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านสถานภาพกับพฤติกรรมด้านจิตวิทยา
ทางการเมือง ผลการศึกษามีดังนี้

3.1.1 สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับ
สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง

3.1.2 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับ
ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่แต่งงาน
อยู่ด้วยกันจะให้ความสำคัญในประเด็น “ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น” มากที่สุด
ร้อยละ 71.6 ส่วนผู้ที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญร้อยละ 55.4

3.1.3 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับ
การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน

3.1.4 การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์
กับการคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน

3.1.5 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับ
ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.

3.1.6 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับ
ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพ
โสดจะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่ค่อยตรงกับความต้องการ” มากที่สุด ร้อยละ 52.6 ส่วนผู้ที่มี
สถานภาพแต่งงานอยู่ด้วยกันจะให้ความสำคัญร้อยละ 43.1

ตารางที่ 4.7 ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง		ระดับการศึกษา			หมายเหตุ
		1*	2*	3*	
n = 400					
1. สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง					
1. ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	จำนวน	11	10	9	$\chi^2 = 24.381$
	ร้อยละ	47.8	31.3	11.3	
2. ดิถุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	จำนวน	8	17	67	P value = 0.000
	ร้อยละ	34.8	53.1	83.8	
3. หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	จำนวน	4	5	4	V= 0.301
	ร้อยละ	17.4	15.6	5.0	
2. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.					
1. ในวันเลือกตั้ง	จำนวน	16	20	44	$\chi^2 = 1.030$
	ร้อยละ	21.6	21.5	18.9	
2. ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือ ก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	จำนวน	12	16	44	P value = 0.905
	ร้อยละ	16.2	17.2	14.6	
3. ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	จำนวน	46	57	155	
	ร้อยละ	62.2	61.3	66.5	
3. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน					
1. เปลี่ยน	จำนวน	6	12	30	$\chi^2 = 24.381$
	ร้อยละ	8.1	12.9	12.9	
2. ไม่เปลี่ยน	จำนวน	68	81	203	P value = 0.000
	ร้อยละ	91.9	87.1	87.1	

ตารางที่ 4.7 ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

		ระดับการศึกษา			รวม
พฤติกรรมการเลือกตั้ง		1*	2*	3*	
n = 400					
<hr/>					
4. การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน					
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	จำนวน	18	23	66	$\chi^2 = 1.302$
	ร้อยละ				
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	จำนวน	26	22	58	P value = 0.521
	ร้อยละ				
3. คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอๆกัน	จำนวน	30	48	109	
	ร้อยละ				
<hr/>					
5. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.					
1. ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	จำนวน	14	11	25	
	ร้อยละ	24.3	24.7	28.3	
2. เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น	จำนวน	54	77	199	$\chi^2 = 4.195$
	ร้อยละ	35.1	23.7	24.9	
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	จำนวน	6	5	9	P value = 0.380
	ร้อยละ	40.5	51.6	46.8	
<hr/>					
6. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.					
1. ไม่ตรงเลย	จำนวน	6	16	24	$\chi^2 = 21.819$
	ร้อยละ	8.1	17.2	10.3	
2. ไม่ค่อยตรง	จำนวน	26	34	129	P value = 0.001
	ร้อยละ	35.1	36.6	55.4	
3. ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	จำนวน	29	25	58	V = 0.165
	ร้อยละ	39.2	26.9	24.9	
4. ตรงมาก	จำนวน	13	18	22	
	ร้อยละ	17.6	19.4	9.4	
<hr/>					

*หมายเหตุ 1. อ่านออกเขียนได้-ป.6 2. ม.ต้น-ม.ปลาย/ปวช. 3. ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.1.1 สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งพบว่า ปวส.-ปริญญาตรี ขึ้นไป ให้ความสำคัญในประเด็น “ติดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร” มากที่สุด ร้อยละ 83.8 รองลงมาคือป่วยและคิดว่าเสียเวลา โดยพบว่าอ่านออกเขียนได้-ป.6 จะให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 47.8

3.1.2 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.

3.1.3 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยระดับการศึกษาอ่านออกเขียนได้-ป.6 จะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่เปลี่ยนใจ” มากที่สุด ร้อยละ 91.9 ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษา ม.ต้น-ม.ปลาย/ปวช. และ ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป จะให้ความสำคัญเท่ากันคือ ร้อยละ 87.1

3.1.4 การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่า

3.1.5 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.

3.1.6 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยระดับการศึกษา ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป จะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่ค่อยตรง” มากที่สุด ร้อยละ 55.4 รองลงมาคืออ่านออกเขียนได้-ป.6 จะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่ทราบ ไม่มีความคิดเห็น” มากที่สุด ร้อยละ 39.2

ตารางที่ 4.8 อาชีพกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

		อาชีพ				หมายเหตุ
พฤติกรรมการเลือกตั้ง		1*	2*	3*	4*	
n = 400						
1. สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง						
1. ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	จำนวน	11	7	9	3	$\chi^2 = 11.364$
	ร้อยละ	37.9	17.1	18.0	20.0	
2. คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	จำนวน	17	31	36	8	P value = 0.078
	ร้อยละ	58.6	75.6	72.0	53.3	
3. หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	จำนวน	1	3	5	4	
	ร้อยละ	3.4	7.3	10.0	26.7	
2. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.						
1. ในวันเลือกตั้ง	จำนวน	14	24	30	12	
	ร้อยละ	13.9	15.2	32.6	24.5	
2. ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	จำนวน	16	22	17	7	$\chi^2 = 17.444$
	ร้อยละ	15.8	13.9	18.5	14.3	
3. ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	จำนวน	71	112	45	30	V= 0.148
	ร้อยละ	70.3	70.9	48.9	61.2	
3. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน						
1. เปลี่ยน	จำนวน	10	14	11	13	$\chi^2 = 11.693$
	ร้อยละ	9.9	8.9	12.0	26.5	
2. ไม่เปลี่ยน	จำนวน	91	144	81	36	V= 0.171
	ร้อยละ	90.1	91.1	88.0	73.5	

ตารางที่ 4.8 อาชีพกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อาชีพ				หมายเหตุ	
	1*	2*	3*	4*		
	n = 400					
4. การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน						
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	จำนวน	19	36	28	24	$\chi^2 = 23.377$
	ร้อยละ	18.8	22.8	30.4	49.0	
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	จำนวน	28	47	17	14	P value = 0.001
	ร้อยละ	27.7	29.7	18.5	28.6	
3. คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอๆกัน	จำนวน	54	75	47	11	V = 0.171
	ร้อยละ	53.5	47.5	51.1	22.4	
5. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.						
1. ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	จำนวน	14	23	7	6	$\chi^2 = 9.640$
	ร้อยละ	13.9	14.6	7.6	12.2	
2. เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น	จำนวน	82	132	78	38	P value = 0.141
	ร้อยละ	81.2	83.5	84.8	77.6	
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	จำนวน	5	3	7	5	
	ร้อยละ	5.0	1.9	7.6	10.2	
6. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.						
1. ไม่ตรงเลย	จำนวน	10	19	10	7	
	ร้อยละ	9.9	12.0	10.9	14.3	
2. ไม่ค่อยตรง	จำนวน	45	76	44	24	$\chi^2 = 4.617$
	ร้อยละ	44.6	48.1	47.8	49.0	
3. ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	จำนวน	32	43	28	9	P value = 0.866
	ร้อยละ	31.7	27.2	30.4	18.4	
4. ตรงมาก	จำนวน	14	20	10	9	
	ร้อยละ	13.9	12.7	10.9	18.4	

* หมายเหตุ 1. เกษตรกรและค้าขาย 2. รับราชการและวิสาหกิจ 3. รับจ้างและกรรมกร
4. อาชีพอิสระ

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพกับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.1.1 สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีอาชีพ ราชการและวิสาหกิจจะให้ความสำคัญในประเด็น “คิดธุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร” มากที่สุด ร้อยละ 75.6 รองลงมาคือป่วยและคิดว่าเสียเวลา โดยพบว่าเกษตรกรและค้าขายจะให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 37.9

3.1.2 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีอาชีพ ราชการและวิสาหกิจจะให้ความสำคัญในประเด็น “ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น” มากที่สุด ร้อยละ 70.9 รองลงมาคือในวันเลือกตั้ง ซึ่งผู้ที่มีอาชีพรับจ้างและกรรมกรจะให้ความสำคัญมากที่สุดคือร้อยละ 32.6

3.1.3 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีอาชีพ ราชการและวิสาหกิจจะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่เปลี่ยนใจ” มากที่สุด ร้อยละ 91.1 รองลงมาคือ “เปลี่ยนใจ” โดยอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคืออาชีพอิสระ ร้อยละ 26.5

3.1.4 การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีอาชีพ เกษตรกรและค้าขายจะให้ความสำคัญในประเด็น “คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอๆกัน” มากที่สุด ร้อยละ 53.5 รองลงมาคือคำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า ซึ่งพบว่าผู้ที่มีอาชีพอิสระจะให้ความสำคัญมากที่สุดถึงร้อยละ 49.0

3.1.5 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.

3.1.6 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.

ตารางที่ 4.9 รายได้กับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง

		ระดับรายได้			หมายเหตุ
พฤติกรรมทางเลือกตั้ง		1*	2*	3*	
n = 400					
1. สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง					
1. ป่วยและคิดว่าเสียเวลา	จำนวน	11	16	3	$\chi^2 = 6.343$ P value = 0.175
	ร้อยละ	20.8	24.2	18.8	
2. ตีตุระจำเป็นและไม่ชอบผู้สมัคร	จำนวน	33	46	3	
	ร้อยละ	62.3	69.7	81.3	
3. หัวคะแนนไม่ทำตามสัญญา	จำนวน	9	4	0	
	ร้อยละ	17.0	6.1	0.0	
2. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.					
1. ในวันเลือกตั้ง	จำนวน	29	36	15	$\chi^2 = 7.893$ P value = 0.96
	ร้อยละ	20.1	18.6	24.2	
2. ตัดสินใจเมื่อพรรคพวกมาชวนหรือก่อนหน้านั้น 2-3 วัน	จำนวน	30	28	4	
	ร้อยละ	20.8	14.4	6.5	
3. ก่อนการเลือกตั้ง 1 สัปดาห์หรือนานกว่านั้น	จำนวน	85	130	43	
	ร้อยละ	59.0	67.0	69.4	
3. การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน					
1. เปลี่ยน	จำนวน	17	20	11	$\chi^2 = 2.466$ P value = 0.291
	ร้อยละ	11.8	10.3	17.7	
2. ไม่เปลี่ยน	จำนวน	127	174	51	
	ร้อยละ	88.2	89.7	82.3	

ตารางที่ 4.9 รายได้กับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	n = 400			หมายเหตุ	
	ระดับรายได้				
	1*	2*	3*		
4. การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน					
1. คำนึงถึงผู้สมัครมากกว่า	จำนวน	31	60	16	$\chi^2 = 5.205$ P value = 0.267
	ร้อยละ	21.5	30.9	25.8	
2. คำนึงถึงพรรคมากกว่า	จำนวน	41	45	20	
	ร้อยละ	28.5	23.2	32.3	
3. คำนึงถึงพรรคและผู้สมัครพอกๆกัน	จำนวน	72	89	26	
	ร้อยละ	50.0	45.9	41.9	
5. ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.					
1. ควบคุมรัฐบาลและออกกฎหมาย	จำนวน	16	25	9	$\chi^2 = 2.024$ P value = 0.731
	ร้อยละ	11.1	12.9	14.5	
2. เป็นปากเป็นเสียงของท้องถิ่น	จำนวน	119	162	49	
	ร้อยละ	82.6	83.5	79.0	
3. เป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์	จำนวน	9	7	4	
	ร้อยละ	6.3	3.6	6.5	
6. ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ส.ส.					
1. ไม่ตรงเลย	จำนวน	17	19	10	$\chi^2 = 15.44$ P value = 0.017 V=0.139
	ร้อยละ	11.8	9.8	16.1	
2. ไม่ค่อยตรง	จำนวน	53	109	27	
	ร้อยละ	36.8	56.2	43.5	
3. ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น	จำนวน	52	45	15	
	ร้อยละ	36.1	23.2	24.2	
4. ตรงมาก	จำนวน	22	21	10	
	ร้อยละ	15.3	10.8	16.1	

*หมายเหตุ 1. 1,500-6,500 บาท 2. 6,501-15,000 บาท 3. 15,001-20,001 บาทขึ้นไป

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับรายได้กับพฤติกรรมทางด้านจิตวิทยาทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.1.1 สาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ไม่ไปเลือกตั้งครั้งใดครั้งหนึ่ง

3.1.2 ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส. พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ส.ส.

3.1.3 การเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนความคิดที่จะไม่ไปลงคะแนน

3.1.4 การคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงพรรคหรือผู้สมัครมากกว่ากัน

3.1.5 ความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส. พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในบทบาทหน้าที่ของ ส.ส.

3.1.6 ความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับรายได้ 6,501-15,000 บาท จะให้ความสำคัญในประเด็น “ไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการ” มากที่สุด ร้อยละ 56.2 รองลงมาคือ ไม่ทราบ/ไม่มีความคิดเห็น โดยผู้ที่มีระดับรายได้ 1,500-6,500 บาท จะให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 36.1

3.2 ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

สำหรับการนำเสนอปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมืองนั้น เป็นการนำเสนอตารางที่ 4.10 - 4.15

ตารางที่ 4.10 เพศกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง		เพศ		หมายเหตุ
		ชาย	หญิง	
		n = 400		
1. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง				
1. ไม่ติดตามเลย	จำนวน	14	15	
	ร้อยละ	6.9	7.7	
2. ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	146	159	$\chi^2 = 7.765$
	ร้อยละ	71.6	81.1	
3. ติดตามทุกครั้ง	จำนวน	44	22	V=0.139
	ร้อยละ	21.6	11.2	
2. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง				
1. ไม่เลยเลย	จำนวน	30	49	$\chi^2 = 9.199$
	ร้อยละ	14.7	25.0	
2. ไปบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	153	137	V=0.152
	ร้อยละ	75.0	69.9	
3. ไปทุกครั้ง	จำนวน	21	10	
	ร้อยละ	10.3	5.1	
3. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง				
1. แจ้ง	จำนวน	67	51	$\chi^2 = 2.237$
	ร้อยละ	32.8	26.0	
2. ไม่แจ้ง	จำนวน	137	145	
	ร้อยละ	67.2	74.0	

ตารางที่ 4.10 เพศกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	เพศ		หมายเหตุ	
	ชาย	หญิง		
n = 400				
4. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่ามี การซื้อเสียง				
1. กลัวอิทธิพล	จำนวน	68	56	$\chi^2 = 1.060$
	ร้อยละ	33.3	28.6	P value = 0.303
2. ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะ คิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถ ทำอะไรผู้กระทำผิดได้	จำนวน	136	140	
	ร้อยละ	66.7	71.4	
5. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน				
1. ต้องลงคะแนนเสียงให้เมื่อได้รับแจกเงิน	จำนวน	8	18	$\chi^2 = 4.554$
	ร้อยละ	3.9	9.2	P value = 0.033
2. จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	จำนวน	196	178	V=0.107
	ร้อยละ	96.1	90.8	

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ กับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.2.1 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรเพศที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือเพศหญิงจะให้ความสำคัญในประเด็น “ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง” มากที่สุด ร้อยละ 81.9 รองลงมาคือ “ติดตามทุกครั้ง” โดยเพศชายจะให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ร้อยละ 21.6

3.2.2 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่าเพศชายให้ความสำคัญในประเด็น “ไปบ้างเป็นบางครั้ง” มากที่สุด ร้อยละ 67.0 รองลงมาคือไม่เคยเลย ซึ่งเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ร้อยละ 25.0

3.2.3 การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง

3.2.4 เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่ามีเชื้อเสียงพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่ามีเชื้อเสียง

3.2.5 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่าเพศชายจะให้ความสำคัญในประเด็น “จะไม่ลงคะแนนเสียงให้” มากที่สุด ร้อยละ 96.1

ตารางที่ 4.11 อายุกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อายุ			หมายเหตุ
	n = 400			
	19-39 ปี	40-59 ปี	60-70 ปีขึ้นไป	
1. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง				
1. ไม่ติดตามเลย	จำนวน 17	7	5	
	ร้อยละ 6.8	5.3	27.8	
2. ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน 199	94	12	$\chi^2 = 18.730$
	ร้อยละ 79.6	71.2	66.7	P value = 0.001
3. ติดตามทุกครั้ง	จำนวน 34	31	1	V=0.153
	ร้อยละ 13.6	23.5	5.6	
2. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง				
1. ไม่เคยเลย	จำนวน 63	10	6	
	ร้อยละ 25.2	7.6	33.3	
2. ไปบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน 173	105	12	$\chi^2 = 24.07$
	ร้อยละ 69.2	79.5	66.7	P value = 0.000
3. ไปทุกครั้ง	จำนวน 14	17	0	V=0.173
	ร้อยละ 5.6	12.9	0.0	

ตารางที่ 4.11 อายุกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อายุ			หมายเหตุ	
	19-39 ปี	40-59 ปี	60-70 ปีขึ้นไป		
	n = 400				
3. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง					
1. แจ้ง	จำนวน	72	43	3	$\chi^2 = 2.085$
	ร้อยละ	28.8	32.6	16.7	
2. ไม่แจ้ง	จำนวน	178	89	15	P value = 0.353
	ร้อยละ	71.2	67.4	83.3	
4. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบ ว่ามีการซื้อเสียง					
1. กลัวอิทธิพล	จำนวน	77	41	6	$\chi^2 = 0.051$
	ร้อยละ	30.8	31.1	33.3	
2. ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะคิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรผู้กระทำความผิดได้	จำนวน	173	91	12	P value = 0.975
	ร้อยละ	69.2	68.9	66.7	
5. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน					
1. ต้องลงคะแนนเสียงให้เมื่อได้รับแจกเงิน	จำนวน	19	41	0	$\chi^2 = 2.060$
	ร้อยละ	7.6	5.3	0.0	
2. จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	จำนวน	231	91	18	P value = 0.357
	ร้อยละ	92.4	94.7	100.0	

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.2.1 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตัวแปรอายุที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 19-39 ปี ซึ่งจะให้ความสำคัญในประเด็น “ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง” มากที่สุดร้อยละ 79.6 รองลงมาคือ “ไม่ติดตามเลย” โดยตัวแปรอายุที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 60-70 ปี ซึ่งจะให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 27.8

3.2.2 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตัวแปรอายุที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 40-59 ปี ในประเด็น “ไปบ้างเป็นบางครั้ง” ถึงร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ “ไม่เคยเลย” ซึ่ง ระดับอายุ 60-70 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 33.3

3.2.3 การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง

3.2.4 เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง

3.2.5 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน

ตารางที่ 4.12 สถานะภาพกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

n = 400

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	สถานภาพ		หมายเหตุ	
	โสด	แต่งงานอยู่ด้วยกัน		
1. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง				
1. ไม่ติดตามเลย	จำนวน	8	21	$\chi^2 = 17.394$ P value = 0.000 V= 0.209
	ร้อยละ	4.6	9.3	
2. ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	151	154	
	ร้อยละ	86.3	68.4	
3. ติดตามทุกครั้ง	จำนวน	16	50	
	ร้อยละ	9.1	22.2	
2. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง				
1. ไม่เคยเลย	จำนวน	45	34	$\chi^2 = 13.216$ P value = 0.186 V=0.182
	ร้อยละ	25.7	15.1	
2. ไปบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	124	166	
	ร้อยละ	70.9	73.8	
3. ไปทุกครั้ง	จำนวน	6	25	
	ร้อยละ	3.4	11.1	
3. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง				
1. แจ้ง	จำนวน	56	62	$\chi^2 = 0.935$ P value = 0.334
	ร้อยละ	32.0	27.6	
2. ไม่แจ้ง	จำนวน	119	163	
	ร้อยละ	68.0	72.4	

ตารางที่ 4.12 สถานะภาพกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

n = 400

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	สถานภาพ		หมายเหตุ
	โสด	แต่งงานอยู่ด้วยกัน	
4. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบ ว่ามีการซื้อเสียง			
1. กลัวอิทธิพล	จำนวน 58	66	$\chi^2 = 0.668$
	ร้อยละ 33.1	29.3	
2. ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะ คิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถ ทำอะไรผู้กระทำผิดได้	จำนวน 117	159	P value = 0.414
	ร้อยละ 66.9	70.7	
5. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน			
1. ต้องลงคะแนนเสียงให้เมื่อได้รับ แจกเงิน	จำนวน 12	66	$\chi^2 = 0.065$
	ร้อยละ 6.9	6.2	
2. จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	จำนวน 163	159	P value = 0.798
	ร้อยละ 93.1	93.8	

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน สถานภาพ กับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ผลการศึกษา ดังนี้

3.2.1 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับการติดตามการหาเสียงเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรสถานภาพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือโสด ในประเด็น “ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง” ร้อยละ 86.3 รองลงมาคือ “ติดตามทุกครั้ง” โดยสถานภาพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ แต่งงานอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 22.5

3.2.2 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับการไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรสถานภาพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือแต่งงานอยู่ด้วยกัน ในประเด็น “ไปบ้างเป็นบางครั้ง” ร้อยละ 73.8 รองลงมาคือ “ไม่เคยเลย” สถานภาพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือโสด ร้อยละ 25.7

3.2.3 การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง

3.2.4 เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง

3.2.5 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน



ตารางที่ 4.13 ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง		ระดับการศึกษา			หมายเหตุ
		1*	2*	3*	
n = 400					
1. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง					
1. ไม่ติดตามเลย	จำนวน	13	7	9	$\chi^2 = 18.266$
	ร้อยละ	17.6	7.5	3.9	
2. ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	54	67	184	P value = 0.001
	ร้อยละ	73.0	72.0	79.0	
3. ติดตามทุกครั้ง	จำนวน	7	19	40	V=0.151
	ร้อยละ	9.5	20.4	17.2	
2. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง					
1. ไม่เคยเลย	จำนวน	19	14	46	$\chi^2 = 15.59$
	ร้อยละ	25.7	15.1	19.7	
2. ไปบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	47	65	178	P value = 0.004
	ร้อยละ	63.5	69.9	76.4	
3. ไปทุกครั้ง	จำนวน	8	14	9	V=0.140
	ร้อยละ	10.8	15.1	3.9	
3. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง					
1. แจ้ง	จำนวน	14	33	71	$\chi^2 = 5.691$
	ร้อยละ	18.9	35.5	30.5	
2. ไม่แจ้ง	จำนวน	60	60	162	P value = 0.058
	ร้อยละ	81.1	64.5	69.5	

ตารางที่ 4.13 ระดับการศึกษากับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

		ระดับการศึกษา			หมายเหตุ
พฤติกรรมการเลือกตั้ง		1*	2*	3*	
n = 400					
4. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบ					
ว่ามีการซื้อเสียง					
1. กลัวอิทธิพล	จำนวน	33	32	59	$\chi^2 = 10.411$
	ร้อยละ	44.6	34.4	25.3	P value = 0.005
2. ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะ	จำนวน	41	61	174	V=0.161
คิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่	ร้อยละ	55.4	65.6	74.7	
สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้					
5. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน					
1. ต้องลงคะแนนเสียงให้เมื่อได้รับ	จำนวน	7	6	13	$\chi^2 = 1.392$
แจกเงิน	ร้อยละ	9.5	6.5	5.6	P value = 0.499
2. จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	จำนวน	67	87	220	
	ร้อยละ	90.5	93.5	94.4	

*หมายเหตุ

1. อ่านออกเขียนได้-ป.6

2. ม.ต้น-ม.ปลาย/ปวช.

3. ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.2.1 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป ในประเด็น ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ “ติดตามทุกครั้ง” โดยระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ม.ต้น-ม.ปลาย/ปวช. ร้อยละ 20.4

3.2.2 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป ในประเด็น “ไปบ้างเป็นบางครั้ง” ร้อยละ 76.4 รองลงมาคือ “ไม่เคยเลย” ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อ่านออกเขียนได้-ป.6 ร้อยละ 25.7

3.2.3 การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง พบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง

3.2.4 เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่ามี การซื้อเสียง พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่ามี การซื้อเสียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปวส.-ปริญญาตรีขึ้นไป ในประเด็น “ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะคิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้” ร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ “กลัวอิทธิพล” ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ อ่านออกเขียนได้-ป.6 ร้อยละ 44.6

3.2.5 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน

ตารางที่ 4.14 อาชีพกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อาชีพ				หมายเหตุ
	1*	2*	3*	4*	
	n = 400				
1. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง					
1. ไม่ติดตามเลย	จำนวน 10	6	9	4	
	ร้อยละ 9.9	3.8	9.8	8.2	
2. ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน 75	128	74	28	$\chi^2 = 20.06$
	ร้อยละ 74.3	81.0	80.4	57.10	P value = 0.003
3. ติดตามทุกครั้ง	จำนวน 16	24	9	17	V=0.158
	ร้อยละ 15.8	15.2	9.8	34.7	
2. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง					
1. ไม่เคยเลย	จำนวน 21	211	27	10	
	ร้อยละ 20.8	13.3	29.3	20.4	$\chi^2 = 26.91$
2. ไปบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน 70	127	64	29	P value = 0.000
	ร้อยละ 69.3	80.4	69.6	59.2	V=0.183
3. ไปทุกครั้ง	จำนวน 10	10	1	10	
	ร้อยละ 9.9	6.3	1.1	20.4	
3. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง					
1. ไม่แจ้ง	จำนวน 21	44	35	18	
	ร้อยละ 20.8	27.8	38.0	36.7	$\chi^2 = 8.352$
2. แจ้ง	จำนวน 80	114	57	31	P value = 0.039
	ร้อยละ 79.2	72.2	62.0	63.3	V=0.144

ตารางที่ 4.14 อาชีพกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	อาชีพ				หมายเหตุ	
	1*	2*	3*	4*		
	n = 400					
4. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบ						
ว่ามี การซื้อเสียง						
1. กลัวอิทธิพล	จำนวน	31	41	39	13	$\chi^2 = 7.927$ P value = 0.048
	ร้อยละ	30.7	25.9	42.4	26.5	
2. ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะ	จำนวน	70	117	53	36	V=0.141
คิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่	ร้อยละ	69.3	74.1	57.6	73.5	
สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้						
5. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน						
1. ต้องลงคะแนนเสียงให้เมื่อได้รับ	จำนวน	6	6	9	5	$\chi^2 = 4.688$ P value = 0.196
แจกเงิน	ร้อยละ	5.9	3.8	9.8	10.2	
2. จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	จำนวน	95	152	83	44	
	ร้อยละ	94.1	96.2	90.2	89.8	

* หมายเหตุ 1. เกษตรกรและค้าขาย 2. รับราชการและวิสาหกิจ 3. รับจ้างและกรรมกร
4. อาชีพอิสระ

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพกับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.2.1 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือรับราชการและวิสาหกิจ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญคือติดตามบ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ “ติดตามทุกครั้ง” โดยอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคืออาชีพอิสระ ร้อยละ 34.7

3.2.2 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือรับราชการและวิสาหกิจ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญคือไปบ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 80.4

รองลงมาคือ “ไม่เคยเลย” โดยอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคืออาชีพรับจ้างและกรรมกร ร้อยละ 29.3

3.2.3 การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่าการซื้อเสียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือเกษตรกรและค้าขาย ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ แจ้ง ร้อยละ 79.2 รองลงมาคือ “ไม่แจ้ง” อาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือรับจ้างและกรรมกร ร้อยละ 38.0

3.2.4 เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยอาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือรับราชการและวิสาหกิจ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือไม่มีหลักประกันและเสียเวลา เพราะคิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้ถึงร้อยละ 74.1 รองลงมาคือ “กลัวอิทธิพล” อาชีพที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือรับจ้างและกรรมกร ร้อยละ 42.4

3.2.5 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน

ตารางที่ 4.15 รายได้กับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

พฤติกรรมการเลือกตั้ง		ระดับรายได้			หมายเหตุ
		1*	2*	3*	
n = 400					
1. การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง					
1. ไม่ติดตามเลย	จำนวน	19	6	4	$\chi^2 = 18.281$ P value = 0.001 V=0.151
	ร้อยละ	13.2	3.1	6.5	
2. ติดตามบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	110	146	49	
	ร้อยละ	76.4	75.3	79.0	
3. ติดตามทุกครั้ง	จำนวน	15	42	9	
	ร้อยละ	10.4	21.6	14.5	
2. การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง					
1. ไม่เคยเลย	จำนวน	36	36	7	$\chi^2 = 5.610$ P value = 0.230
	ร้อยละ	25.0	18.6	11.3	
2. ไปบ้างเป็นบางครั้ง	จำนวน	98	143	49	
	ร้อยละ	68.1	73.7	79.0	
3. ไปทุกครั้ง	จำนวน	10	15	6	
	ร้อยละ	6.9	7.7	9.7	
3. การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง					
1. แจ้ง	จำนวน	37	61	20	$\chi^2 = 1.582$ P value = 0.453
	ร้อยละ	25.7	31.4	32.3	
2. ไม่แจ้ง	จำนวน	107	133	42	
	ร้อยละ	74.3	68.6	67.7	

ตารางที่ 4.15 รายได้กับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง (ต่อ)

พฤติกรรมการเลือกตั้ง	ระดับรายได้			หมายเหตุ	
	1*	2*	3*		
	n = 400				
4. เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่ามี การซื้อเสียง					
1. กลัวอิทธิพล	จำนวน	63	48	13	$\chi^2 = 17.413$ P value = 0.000
	ร้อยละ	43.8	24.7	21.0	
2. ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะคิดว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไร ผู้กระทำผิดได้	จำนวน	81	146	49	V=0.209
	ร้อยละ	56.3	75.3	79.0	
5. การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน					
1. ต้องลงคะแนนเสียงให้เมื่อได้รับแจกเงิน	จำนวน	15	8	3	$\chi^2 = 5.719$ P value = 0.057
	ร้อยละ	10.4	4.1	4.8	
2. จะไม่ลงคะแนนเสียงให้	จำนวน	129	186	59	
	ร้อยละ	89.6	95.9	95.2	

*หมายเหตุ 1. 1,500-6,500 บาท 2. 6,501-15,000 บาท 3. 15,001-20,001 บาท ขึ้นไป

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้กับพฤติกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ผลการศึกษาดังนี้

3.2.1 การติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการติดตามการหาเสียงเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยรายได้ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 15,001-20,001 บาทขึ้นไป ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือติดตามบ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ “ติดตามทุกครั้ง” ระดับรายได้ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 6,501-15,000 บาท ร้อยละ 21.6

3.2.2 การไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปฟังผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้ง

3.2.3 การแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการแจ้งหรือไม่แจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อรู้ว่ามี การซื้อเสียง

3.2.4 เหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับเหตุผลของการไม่แจ้งให้หน่วยงานทราบว่าการซื้อเสียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับระดับรายได้ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 15,001-20,001 บาทขึ้นไป ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ “ไม่มีหลักประกันและเสียเวลาเพราะคิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถทำอะไรผู้กระทำผิดได้” ร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ “กลัวอิทธิพล” ระดับรายได้ที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 1,500-6,500 บาท ร้อยละ 43.8

3.2.5 การปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเมื่อได้รับแจกเงิน



ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : กรณีศึกษา เขตการเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดสงขลา นั้น ถือว่า เป็นการวิจัยที่ให้โอกาสการมีส่วนร่วมการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

		n = 400				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. กฎหมายบังคับให้ ประชาชนไปเลือกตั้ง						
ความถี่		131	190	44	21	14
ร้อยละ		32.8	47.4	11.0	5.3	3.5
2. บทลงโทษที่รุนแรงขึ้น สำหรับผู้ที่ทำผิดกฎหมาย เลือกตั้ง						
ความถี่		198	123	36	30	13
ร้อยละ		49.5	30.8	9.0	7.5	3.2
3. กกต. ปราศจาก การ ครอบงำจากนักการเมือง						
ความถี่		172	160	34	28	6
ร้อยละ		43.0	40.0	8.5	7.0	1.5
4. การตรวจสอบพฤติกรรม ของ สส. ของประชาชนที่ มีมากขึ้น						
ความถี่		179	178	36	7	0
ร้อยละ		44.8	44.5	9.0	1.7	0

ตารางที่ 4.16 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (ต่อ)

	n = 400				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5. การเสนอบัญชีทรัพย์สิน					
ของ ส.ส.					
ความถี่	207	138	47	7	1
ร้อยละ	51.8	34.5	11.8	1.7	0.2
6. ควรให้หน่วยงานที่ดูแล/ สอดคล้องพฤติกรรมสส. ทำหน้าที่มากกว่าเดิม					
ความถี่	214	140	37	7	2
ร้อยละ	53.5	35.0	9.3	1.8	0.5
7. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง แก่ประชาชนมากที่สุด					
ความถี่	228	139	30	3	0
ร้อยละ	57.0	34.8	7.5	0.8	0.0
8. การวางตัวเป็นกลางและ ร่วมมือกับภาครัฐของ หน่วยตรวจสอบ					
ความถี่	212	156	29	2	1
ร้อยละ	53.0	39.0	7.3	0.5	0.2
9. ประชาชนควร กระตือรือร้นและติดตาม ข่าวการเมือง					
ความถี่	166	191	39	3	1
ร้อยละ	41.5	47.8	9.7	0.8	0.2

ตารางที่ 4.16 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (ต่อ)

n = 400					
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
10. ประชาชนควรมีบทบาท					
ในการตรวจสอบการ					
เลือกตั้ง					
ความถี่	159	191	48	2	0
ร้อยละ	39.8	47.8	12.0	0.5	0.0
11. สื่อควรมีจิตสำนึกใน					
การรณรงค์ส่งเสริม					
การเลือกตั้ง					
ความถี่	210	159	22	9	0
ร้อยละ	52.5	39.8	5.5	2.3	0.0
12. ประชาชนควรมีการ					
รวมกลุ่มกันเพื่อเรียกร้อง					
ผลประโยชน์ที่มีต่อ					
สาธารณะให้มากยิ่งขึ้น					
ความถี่	161	170	43	19	7
ร้อยละ	40.3	42.5	10.8	4.8	1.8
13. สถานศึกษาควรให้ความรู้					
ความเข้าใจเกี่ยวกับ					
การเลือกตั้ง					
ความถี่	172	189	27	9	3
ร้อยละ	43.0	47.3	6.8	2.3	0.8

4.1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการออกกฎหมายบังคับให้ประชาชนไปเลือกตั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.5 เห็นด้วยว่าควรออกกฎหมายบังคับให้ประชาชนไปเลือกตั้ง รองลงมาคือเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าควรออกกฎหมายบังคับให้ประชาชนไป

เลือกตั้ง อันดับต่อมาคือเฉยๆ ร้อยละ 11 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 5.3 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 3.5

4.2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการออกกฎหมายลงโทษหากผู้ที่กระทำผิดเกี่ยวกับการเลือกตั้งให้รุนแรงขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งถึงร้อยละ 49.5 ว่าควรมีบทลงโทษผู้กระทำผิดต่อการเลือกตั้งให้รุนแรงขึ้น เห็นด้วยร้อยละ 30.8 เฉยๆ ร้อยละ 9.0 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 7.5 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 3.3

4.3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้คณะกรรมการการเลือกตั้งมีหน้าที่ในการปฏิบัติการติดตามและสอดส่องดูแลการเลือกตั้งสส. ให้เป็นไปโดยอิสระปราศจากการครอบงำจากนักการเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 43.0 เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยร้อยละ 40.0 เฉยๆ ร้อยละ 8.5 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 7.0 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 1.5

4.4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชนมีหน้าที่ในการตรวจสอบพฤติกรรมของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 44.8 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเสนอบัญชีทรัพย์สินที่มีอยู่ให้ประชาชนรู้นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 51.8 เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงร้อยละ 1.8 ที่ไม่เห็นด้วย และเพียงร้อยละ 0.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.6 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ติดตามสอดส่องดูแลพฤติกรรมของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการเลือกตั้งให้มากกว่าเดิม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ติดตามสอดส่องดูแลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งกับประชาชนให้มากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 57 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการมีองค์กรที่ทำหน้าที่ติดตามผลและสอดส่องดูแลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ควรวางตัวเป็นกลางและร่วมมือกับภาครัฐในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุดนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 53 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้ประชาชนกระตือรือร้นและสนใจข่าวสารทางการเมืองอยู่เสมอเพื่อให้ทันเหตุการณ์ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.8 เห็นด้วย รองลงมาคือ ร้อยละ 41.5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.10 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้ประชาชนมีบทบาทในการตรวจสอบการเลือกตั้งให้มากขึ้น พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.8 เห็นด้วย รองลงมา ร้อยละ 39.8 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.11 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการสื่อมีจิตสำนึกในการรณรงค์เรื่องการส่งเสริมการไปลงคะแนนเสียงและวางตัวเป็นกลางมากขึ้น พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงร้อยละ 2.3 ที่ไม่เห็นด้วย

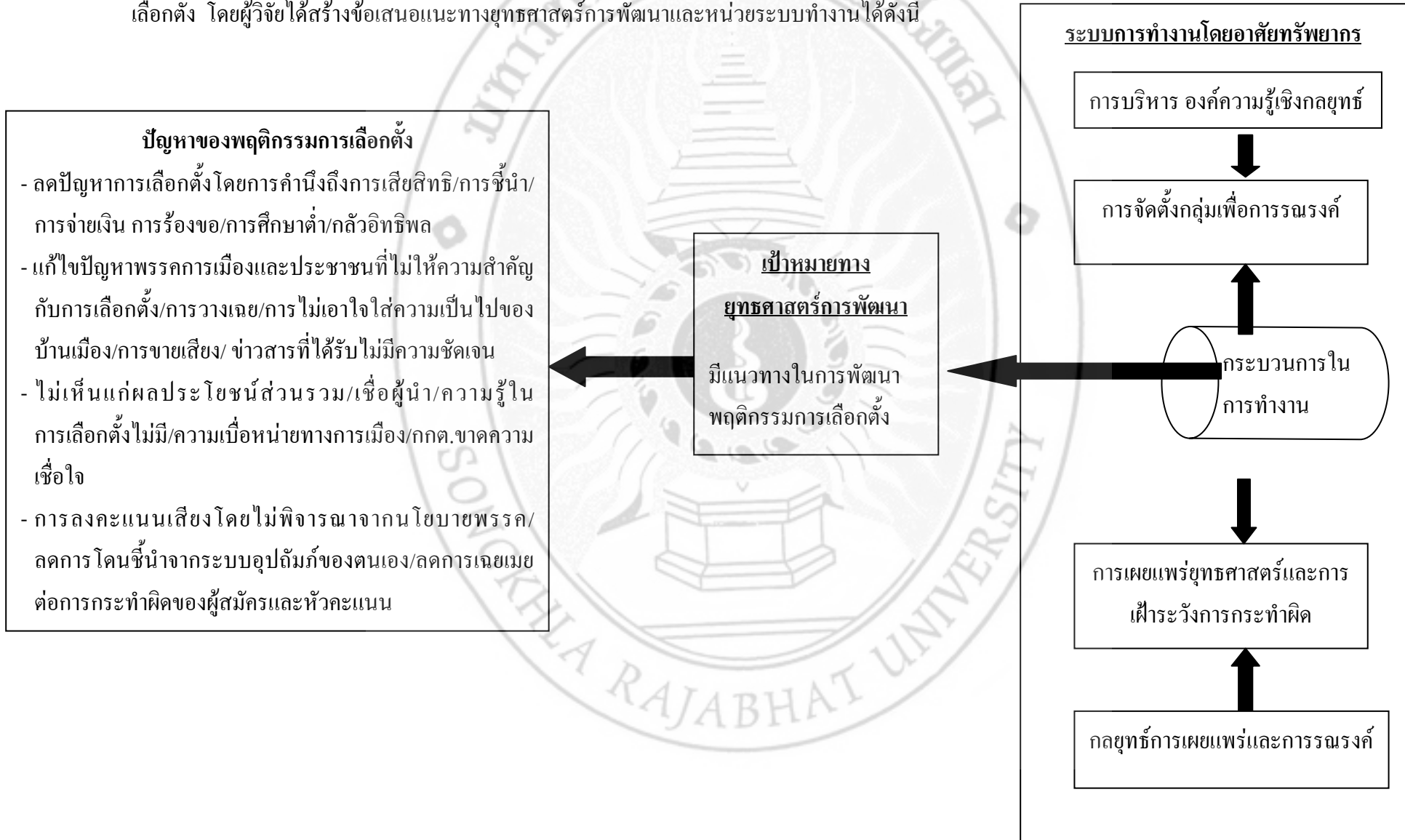
4.12 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้ประชาชนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อเรียกร้องผลประโยชน์ที่มีต่อสาธารณะให้มากยิ่งขึ้น พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.5 เห็นด้วย รองลงมา ร้อยละ 40.3 เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงร้อยละ 1.8 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.13 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกรณีการให้สถานศึกษาเป็นแหล่งในการอบรมบ่มเพาะความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้งให้มากยิ่งขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.3 เห็นด้วย รองลงมา ร้อยละ 43 เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงร้อยละ 0.8 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 5 แนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง

ขั้นตอนที่สำคัญที่จะบรรลุผลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ แนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง ลักษณะที่สำคัญของปัญหาจะถูกวิเคราะห์ออกมาโดย กิจกรรมการสนทนากลุ่ม กิจกรรมดังกล่าวได้นำเอาสภาพปัญหาจากตอนที่ 2 และตอนที่ 3 มาวิเคราะห์หาเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และนำมาสร้างเป็นข้อเสนอแนะทางยุทธศาสตร์การพัฒนาซึ่งขั้นตอนแรก การวิเคราะห์สภาพปัญหาและกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ จากการทำกิจกรรม การสนทนากลุ่มทั้ง 4 ครั้ง ดังแผนภาพที่ 4.1

แผนภาพที่ 4.1 ภาพรวมทางยุทธศาสตร์การพัฒนาและหน่วยระบบการทำงานของกลุ่มจัดตั้งเพื่อการรณรงค์การเลือกตั้งและเฟ้าระวังผู้ที่กระทำผิดกฎหมายเลือกตั้ง โดยผู้วิจัยได้สร้างข้อเสนอแนะทางยุทธศาสตร์การพัฒนาและหน่วยระบบทำงาน ได้ดังนี้



จากแผนภาพที่ 4.1 พบว่า

1. ปัญหาของพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง เป็นปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ในการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งและผู้สมัครรับเลือกตั้ง จากผลการศึกษาในตอนต้นที่ 2 และตอนที่ 3 ปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง คือ ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง การเลือกตั้ง การไปเลือกตั้งเพียงเพราะกลัวเสียสิทธิ รวมทั้งเห็นว่าเป็นหน้าที่ตามกฎหมาย การเลือกตั้งโดยไม่ได้คำนึงถึงทางด้านคุณสมบัติของพรรคและผู้สมัคร เข้ามามีส่วนในการพิจารณา และมีการใช้ระบบอุปถัมภ์ของประชาชนในพื้นที่ ส่งผลให้มีการเอื้อประโยชน์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครอย่างมากมาย อีกทั้งนักการเมืองยังกระทำผิดกฎหมายการเลือกตั้งในรูปแบบต่างๆ เช่น การซื้อเสียง การบังคับขู่เข็ญประชาชนเพื่อประโยชน์ในการลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัคร จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ทำการอธิบายปรากฏการณ์ของปัญหาที่เกิดขึ้นดังต่อไปนี้

1) ปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเลือกตั้ง ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายของพรรค หรือ ส.ส.ในพื้นที่ไม่เข้าถึงประชาชน ส่วนใหญ่จะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงกับเวลาและสภาพพื้นที่ เช่น การแนะนำตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง การหาเสียงโดยนำเสนอนโยบายพรรคในเวลากลางคืน รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง เช่น การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งผ่านสื่อต่างๆ ในเรื่องหลักๆ เช่น การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎหมายการเลือกตั้ง สิทธิของผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้ง ในช่วงเวลาเช้าหรือเวลาเร่งด่วนซึ่งส่วนใหญ่ประชาชนในพื้นที่ประกอบอาชีพทำสวนยาง เวลาในการประกอบอาชีพจะอยู่ในช่วงเช้าทั้งหมด ส่วนช่วงกลางคืนประชาชนส่วนใหญ่เน้นการรับสื่อในเรื่องบันเทิงเท่านั้น ทำให้การส่งผ่านข่าวสารไปถึงประชาชนในพื้นที่น้อยเกินไป

2) สำหรับประเด็นการไม่เชื่อในความรู้ความสามารถของนักการเมือง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมองว่า ปัญหามาจากการไม่รู้จักตัวผู้สมัครโดยตรง บวกกับประเพณีและวัฒนธรรมของพื้นที่เขตการเลือกตั้งที่ 3 จะให้น้ำหนักที่พรรคการเมืองมาตั้งแต่อดีต สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันพระปกเกล้า (สถาบันพระปกเกล้า 2545 : 566) โดยกล่าวว่า “ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ คนสงขลามีแนวคิดเช่นเดียวกับคนใต้ โดยถือว่าประชาติปัตย์เป็นพรรคของเขามานานแล้ว ตั้งแต่ยุคนายคล้าย ละอองมณี บวกกับความต้องการนายกคนใต้อย่างนายชวน หลีกภัย จึงไม่แปลกที่ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ราคาขยงตกต่ำ หรือปัญหาท่อก๊าซไม่ได้ส่งผลต่อคะแนนอย่างชัดเจน ทั้งนี้ผู้สมัครบางเขตเลือกตั้งของประชาติปัตย์ไม่ได้เด่นนักเมื่อเปรียบกับคู่แข่ง คะแนนที่ออกมากลับ

แตกต่างกันชัดเจน ขณะเดียวกันกระแสของพรรคไทยรักไทยหรือพรรคอื่นๆ ก็ไม่ได้ทำให้เกิดความแตกต่าง” แต่กระนั้นก็ตามที่ ประชาชนกลุ่มใดไม่เคยเลือก หรือไม่ชอบพรรคการเมืองเก่าในพื้นที่อย่างพรรคประชาธิปัตย์จะมีความรู้สึกว่า เสี่ยงของตนเองไม่มีประโยชน์เมื่อลงคะแนนไปแล้วยังงี้ก็แพ้ ขายเสียงคิดว่าเพื่อที่จะมีสิ่งแลกเปลี่ยนบ้าง ประกอบกับนักการเมืองที่อยากจะเป็น ส.ส.ในพื้นที่นิยมใช้เงินในการซื้อเสียงเป็นหลัก สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนที่นิยม ขายเสียง โดยประชาชนกลุ่มนี้กลัวการไม่ไปลงคะแนนเสียงแล้วเสียสิทธิมากกว่าการขายเสียงแล้ว โคนจบ

3) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ถึงที่มาของปัญหาอันเกิดจากการคำนึงถึงปัญหาในการเสียสิทธิมากไปว่า ชาวบ้านไม่เข้าใจกฎหมายการเลือกตั้งเกี่ยวกับการเสียสิทธิ 8 ประการ (วรทิพย์ มีมาก และชีวรินทร์ ฉายาชาลิต 2547 : 92-93) รวมทั้งคิดว่าสิ่งสำคัญที่สุดของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอยู่ที่การไปลงคะแนนเสียงเท่านั้น เมื่อมีความไม่เชื่อมั่นในพรรคการเมือง ชาวบ้านขาดศรัทธาในตัวนักการเมืองมากขึ้น การไปใช้สิทธิเพียงเพราะกลัวเสียสิทธิอย่างเดียวจะมีมากยิ่งขึ้นต่อไปเรื่อยๆ

4) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ถึงระบบอุปถัมภ์ของนักการเมืองที่อยู่เหนือหัวคะแนนว่า เป็นเพราะการเต็มใจ คิดอยู่ในใจตลอดเวลาว่าตนเองมีความต่ำต้อย จึงยอมเชื่อฟังและอยู่ใต้อำนาจของผู้มีอิทธิพลอยู่ตลอดเวลา

5) การได้รับข่าวสารหรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาผิดๆ ของกลุ่มผู้สูงอายุบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่มีได้ทำงานหรืออยู่ในวัยเกษียณ มีความเข้าใจว่าตนเองอายุมากแล้วกฎหมายการเสียสิทธิ 8 ประการ จะไม่มีผลกระทบต่อตนเองมากนักเพราะฉะนั้นเมื่อถึงเวลาเลือกตั้งถ้าไม่มีเวลาจะไม่มี ความกังวลต่อเรื่องดังกล่าว

6) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการสนทนากลุ่มกล่าวถึง ผู้สมัครที่พูดเก่ง เข้าใจง่าย ฟังสนุก มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวให้ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงให้ มากกว่าผู้สมัครที่พูดไม่เก่งและคลุมเครือ ฟังยาก

7) ผู้มีความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้งน้อย การรับรู้ข่าวสารจำเป็นจะต้องใช้เวลาทำความเข้าใจนาน ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการสนทนากลุ่มตั้งข้อสังเกตไว้ว่า อาจส่งผลให้ได้รับการชักจูงจากหัวคะแนนและผู้สมัครง่าย

8) กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมการสนทนากลุ่ม จะไม่ปฏิเสธกับข้อกล่าวหาว่ามีการซื้อเสียงของหัวคะแนนในพื้นที่เขตการเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดสงขลา แต่ไม่ได้ทำในลักษณะที่ครึกโครมจนเกินเหตุ เพราะส่วนใหญ่เกิดขึ้นในลักษณะของการแจกเงินผ่านคนกลางหรือหัวคะแนนก่อนที่จะมาถึงชาวบ้าน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สถาบันพระปกเกล้า (สถาบันพระปกเกล้า 567 : 2545)

โดยนายจรูญ หยุทอง กรรมการสมาชิกจังหวัดสงขลาเพื่อการปฏิรูปการเมืองกล่าวว่า “ยอมรับว่า มีการซื้อเสียงจริงแต่ไม่โจ่งแจ้ง โดยผ่านทางพรรคพวกและเพื่อนฝูงเป็นหลัก” ปัญหาดังกล่าวกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มวิเคราะห์ว่า เป็นเพราะการกระทำผิดเลือกตั้งผ่านทางพรรคพวกและเพื่อนฝูง ซึ่งกลุ่มบุคคลระดับนี้ยอมทำงานให้อย่างทุ่มเท รวมทั้งผลตอบแทนยังอยู่ในระดับที่น่าพอใจอีกเช่นกัน วิธีการในการทำงานจึงแยบยลและเงิบมากที่สุด

9) จากความกังวลเมื่อตนเองทำการแจ้งเบาะแสในการกระทำผิดกฎหมายเลือกตั้งของผู้สมัครหรือหัวหน้าคะแนน ปัญหาที่ตามมาคือ เกรงว่าหน้าที่การงานของตนเองจะไม่ได้รับการสนับสนุนเมื่อผู้กระทำผิดรู้ว่าเป็นตนเองที่แจ้งเบาะแส (สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่รับราชการรัฐวิสาหกิจ) และกลุ่มตัวอย่างที่สองคือกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบวิชาชีพ (เช่น หมอ ทนายความ นักร้อง ดารา) โดยลักษณะการทำงานจะมีความสัมพันธ์กับบุคคลมากมายหลายสาขาอาชีพ ทำให้เกิดความเกรงใจต่อกัน ทางเลือกที่ดีที่สุดที่กลุ่มบุคคลอาชีพนี้ดำเนินการคือ อยู่เฉยๆ เมื่อทราบว่ามีการกระทำผิดกฎหมาย จากสภาพปัญหาเบื้องต้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่มวิเคราะห์ว่า ปัญหาที่แท้จริงมีอยู่ 2 ประการด้วยกันคือ

(1) ความไม่มีศักยภาพของ กกต. เอง

(2) กลุ่มบุคคลดังกล่าวคิดว่าเป็นการเปลืองตัวโดยใช้เหตุ กับการเข้ามามีส่วนต่อการแจ้งเบาะแสต่างๆ เพราะการแจ้งเบาะแสมักจะทำให้ตนเองได้รับความเดือดร้อนตามมา

จากการทำกิจกรรมสนทนากลุ่ม จึงได้ข้อสรุปสำหรับการกำหนดเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ได้ดังนี้คือ การแก้ไขปัญหานั้นเกิดจากการถูกชักจูงหรือการถูกซื้อเสียงมากขึ้น อันเนื่องมาจากการขาดความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้ง และการขาดมโนธรรมทางความคิดของตนเอง การเข้าร่วมในการกระทำผิดกฎหมายการเลือกตั้ง อันเนื่องมาจากถูกบีบบังคับเพราะฐานะทางการเงินที่ย่ำแย่ของตนเอง การลงคะแนนเสียงโดยไม่ได้พิจารณาจากนโยบายของผู้สมัครและพรรค อันเนื่องมาจากค่านิยม การถูกชี้แนะจากผู้ที่มีอำนาจในชุมชน หรือเป็นผู้ที่อยู่ในระบบอุปถัมภ์ของตัวเอง การเกิดสภาวะการณ์เบื้อการเมือง และการเฉยเมยต่อลักษณะการกระทำผิดของผู้สมัครหรือหัวหน้าคะแนนต่างๆ อันเนื่องมาจากการขาดความตระหนักถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นทั้งของตนเองและของส่วนรวม

2. เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการวิจัย เป็นการสังเคราะห์มาจากปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง จัดทำเป็นแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : กรณีศึกษาเขตการเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดสงขลา โดยสามารถแยกออกเป็น

2.1 ผลักดันการจัดตั้งกลุ่มบรรณรักษ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการเลือกตั้ง ส่งเสริมให้ประชาชนรู้และตระหนักถึงผลประโยชน์ที่ยั่งยืนของส่วนรวมมากกว่า

ผลประโยชน์ที่เป็นของส่วนตัว และกลุ่มสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง โดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ กกต. และกลุ่มชาวบ้านจัดตั้ง

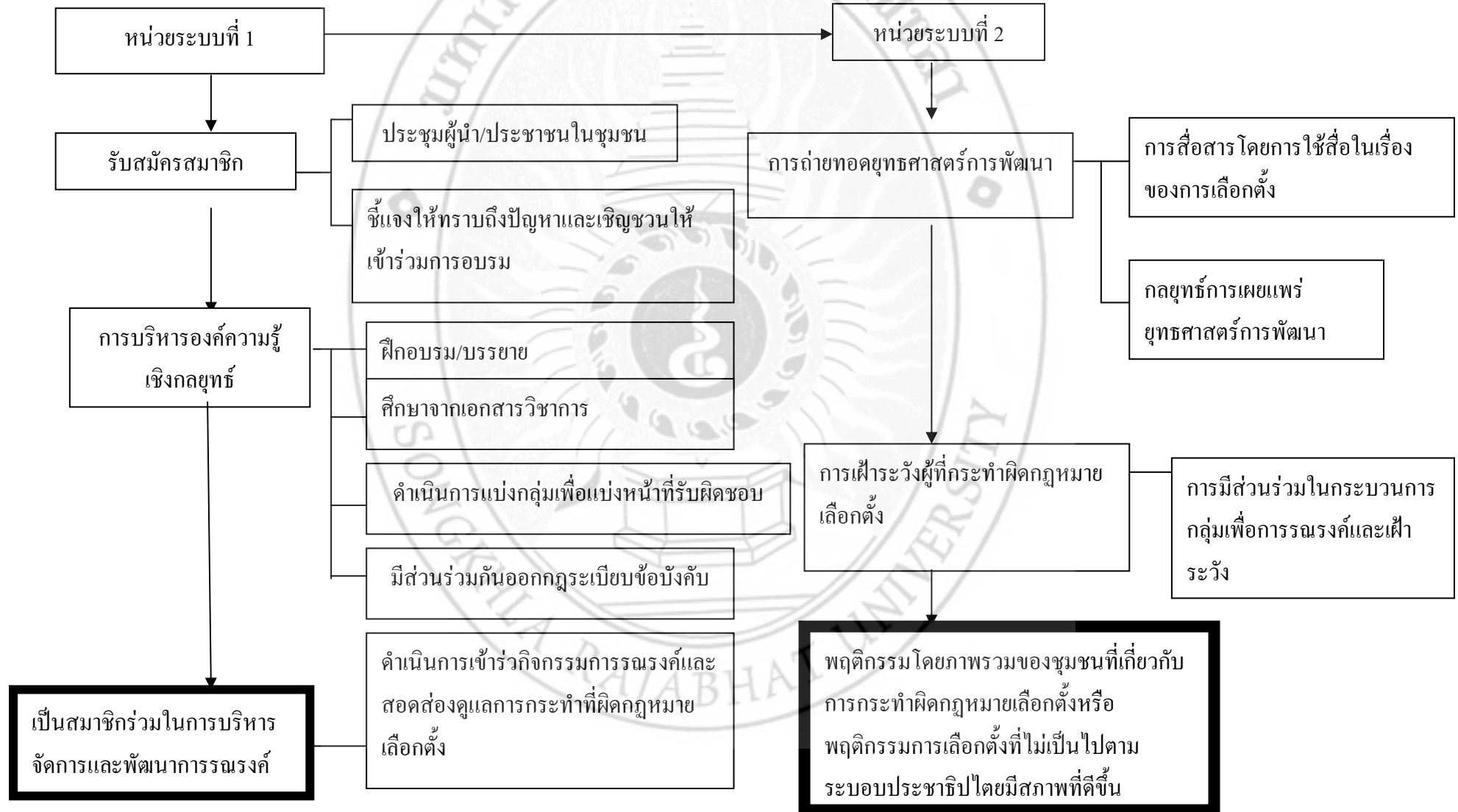
2.2 การรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตย โดยอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างเต็มที่ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เช่น สื่อพื้นบ้านและสื่อท้องถิ่น หน่วยงานราชการในพื้นที่ และจะอยู่ในรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เหมาะแก่โอกาส และเวลาของผู้ที่รับข่าวสาร

3. ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยระบบการทำงานโดยรวม

จากเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ขึ้นมาเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ของหน่วยระบบขึ้น ดังแผนภาพที่ 4.2



แผนภาพที่ 4.2 แสดงหน่วยระบบที่มีความสัมพันธ์กันภายในกระบวนการกิจกรรมของกลุ่มจัดตั้งเพื่อการรณรงค์



จากแผนภาพที่ 4.2 พบว่า

หน่วยระบบที่ 1 : การผลักดันการจัดตั้งกลุ่มพรรค เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการเลือกตั้ง และกลุ่มสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง โดยการจัดประชุมผู้ที่รับผิดชอบในพื้นที่ โดยมีตั้งแต่ผู้นำชุมชน บุคลากรผู้ที่มีความรู้ หน่วยงานราชการต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้ทำการกล่าวถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมตามแบบฉบับของชุมชนเอง กลุ่มดังกล่าวจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันการใช้อิทธิพลในท้องถิ่นที่สำคัญ สำหรับขั้นตอนแรก เป็นการรับสมัครอาสาสมัครผู้ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ แต่สภาพพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่กว้างขวางการดำเนินงานจะต้องแบ่งหน้าที่การทำงานเป็นกลุ่มๆ ละตำบล ทุกตำบลจะมีกลุ่มย่อยตามหมู่บ้านต่างๆ โดยจะรับสมัครสมาชิกหมู่บ้านละ 7 คน ลักษณะการดำเนินงานจะมีหัวหน้าที่คอยสั่งการ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือนายกเทศมนตรี ทั้งนี้การดำเนินงานจะคล้ายๆ กับการทำงานของอาสาสมัครป้องกันภัยพลเรือน หรือ อปพร. ส่วนการดำเนินการเผยแพร่ยุทธศาสตร์ สอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง จะหมุนเวียนการทำงานวันละ 1 หมู่บ้าน (ในแต่ละตำบล) กฎข้อบังคับจะเป็นไปตามมติของกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมา ผ่านกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้จากสื่อบุคคลภายนอก โดยส่วนใหญ่จะต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการทางการเลือกตั้งหรือ กกต. สวมบทบาทเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงและกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครการรณรงค์ สุดท้ายจะส่งผลให้เกิดการจัดตั้งกลุ่มย่อยในแต่ละหมู่บ้าน แต่ละตำบล เพื่อที่จะแสวงหาปัญหาของการเรียนรู้ในเรื่องของการเลือกตั้งในแต่ละชุมชนเอง เพื่อก่อให้เกิดทักษะการเรียนรู้ตามมาในภายหลัง เพราะลักษณะของปัญหาส่วนใหญ่ในพื้นที่มักที่จะเกิดขึ้นไม่เหมือนกัน หลังจากนั้นสื่อบุคคลภายนอกที่เป็นผู้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นนั้นค่อยๆ ถอนตัวออกมาหรือลดบทบาทลง เพื่อที่จะส่งผลให้กลุ่มได้ดำเนินงานไปเองได้ในที่สุด

สำหรับหน่วยระบบที่ 1 เป็นการดำเนินการเพื่อผลักดันให้เกิดกลุ่มจัดตั้งของการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการเลือกตั้ง และกลุ่มสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง หน่วยระบบต่อมาเป็นการเชื่อมโยงกลุ่มจัดตั้งมาดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมการรณรงค์ให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยและสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วยระบบที่ 2 : การรณรงค์ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และกลุ่มสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง เป็นการเผยแพร่และถ่ายทอดยุทธศาสตร์การพัฒนา มีการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจการเลือกตั้ง

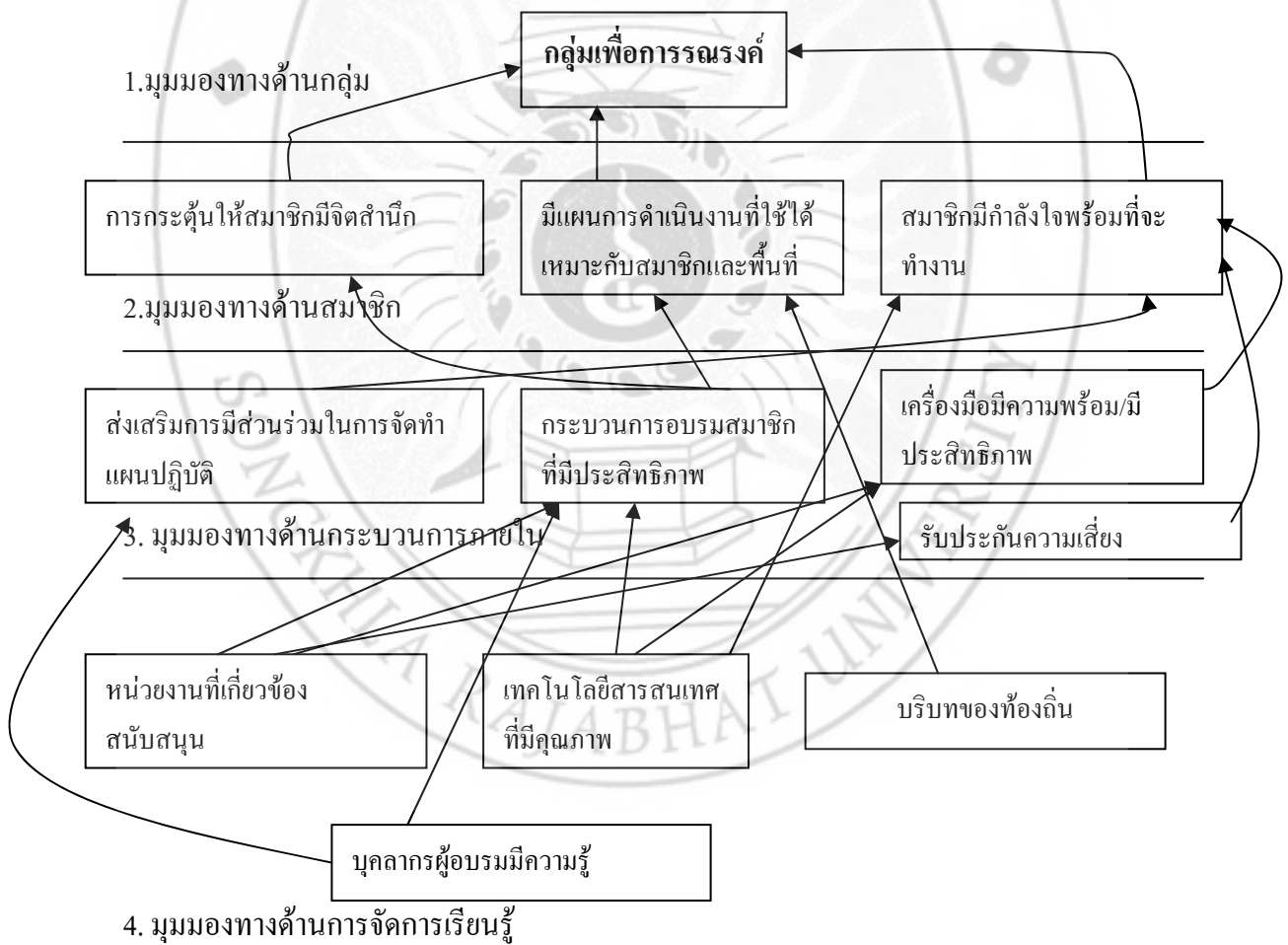
การสอดส่องดูแลร่วมกับหน่วยงานราชการในการส่งเบาะแส และร่วมทำการจับกุมผู้ที่กระทำผิดกฎหมายเลือกตั้งกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำหรับขั้นตอนทั้งหมดมีอยู่ด้วยกัน 4 ขั้นตอน คือ (1) อาสาสมัครและผู้ที่ทำให้คำปรึกษาโครงการ ดำเนินการฝึกปฏิบัติการถ่ายทอดยุทธศาสตร์การพัฒนา (2) การส่งผ่านยุทธศาสตร์การพัฒนาของผู้ที่เป็นอาสาสมัคร โดยอยู่บนพื้นฐานของขั้นตอนที่ (3) คือการใช้สื่อ คือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ใบปลิว สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้านเช่น การละเล่นต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนให้เป็นประโยชน์ แต่ทั้งนี้การเผยแพร่ทางสื่อพื้นบ้านในการดำเนินการจะใช้ไม่เหมือนกันในแต่ละพื้นที่หรือในแต่ละตำบล สุดท้ายคือสื่อเทคนิค/วิธีการทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ เช่น วิทยุสนั้ โปรเจคเตอร์ เครื่องมือดังกล่าวจะใช้ในกรณีของการเรียกประชุมชาวบ้านของกลุ่มอาสาสมัครพรรค (4) กลุ่มเป้าหมาย หลังจากที่มีการดำเนินการเผยแพร่และถ่ายทอดยุทธศาสตร์การพัฒนา และการเฝ้าระวังหรือการเข้าร่วมกับหน่วยงานราชการเพื่อเข้าจับกุมผู้ที่กระทำความผิดกฎหมายเลือกตั้ง ผลลัพธ์ดังกล่าวส่งผลให้ความรู้ความเข้าใจของประชาชนในพื้นที่มีมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การกระทำผิดกฎหมายการเลือกตั้งมีน้อยลงหรือเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นสำหรับกิจกรรมดังกล่าวยังมีการส่งเสริมให้ชาวบ้านที่ไม่ใช่สมาชิกกลุ่มอาสาสมัครเข้ามามีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง ในเรื่องของการทำผิดกฎหมายเลือกตั้ง การส่งผ่านข้อมูลย้อนกลับที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการเผยแพร่และถ่ายทอดในเรื่องของยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ยั่งยืนต่อไปอีก

4. การกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่มจัดตั้ง

การนำเอาองค์ความรู้ของระบบ Balanced Scorecard (พสุ เดชะรินทร์ 2546 : 31) โดยเน้นความสมดุลและคำนึงถึงมุมมองด้านต่างๆ ของ Balanced Scorecard นำมาใช้เพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มจัดตั้งได้เล็งเห็นทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สมาชิกในกลุ่มรู้จักใช้วิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงานที่ได้วางเอาไว้ มีแรงจูงใจที่สมาชิกจะดำเนินการตามกลยุทธ์ที่ได้วางเอาไว้ มิใช่เป็นการให้ความสำคัญต่อหน้าที่หลักของตนเองที่ต้องทำเพียงอย่างเดียว เพราะฉะนั้นการวางกลยุทธ์โดยอาศัยหลักการของ Balanced Scorecard ก่อนข้างที่จะมีความสำคัญอยู่มาก ดังนั้นแผนที่ทางกลยุทธ์จะแสดงให้เห็นถึงเหตุและผลของวัตถุประสงค์ต่างๆ ตามที่ได้วางเอาไว้ดังแผนภาพที่ 4.3 -4.4

แผนภาพที่ 4.3 แผนที่ทางกลยุทธ์เพื่อการผลักดันที่จะให้เกิดกลุ่มเพื่อการรณรงค์เพื่อการเผยแพร่/กลุ่มเพื่อการป้องปรามการกระทำผิดกฎหมายเลือกตั้ง

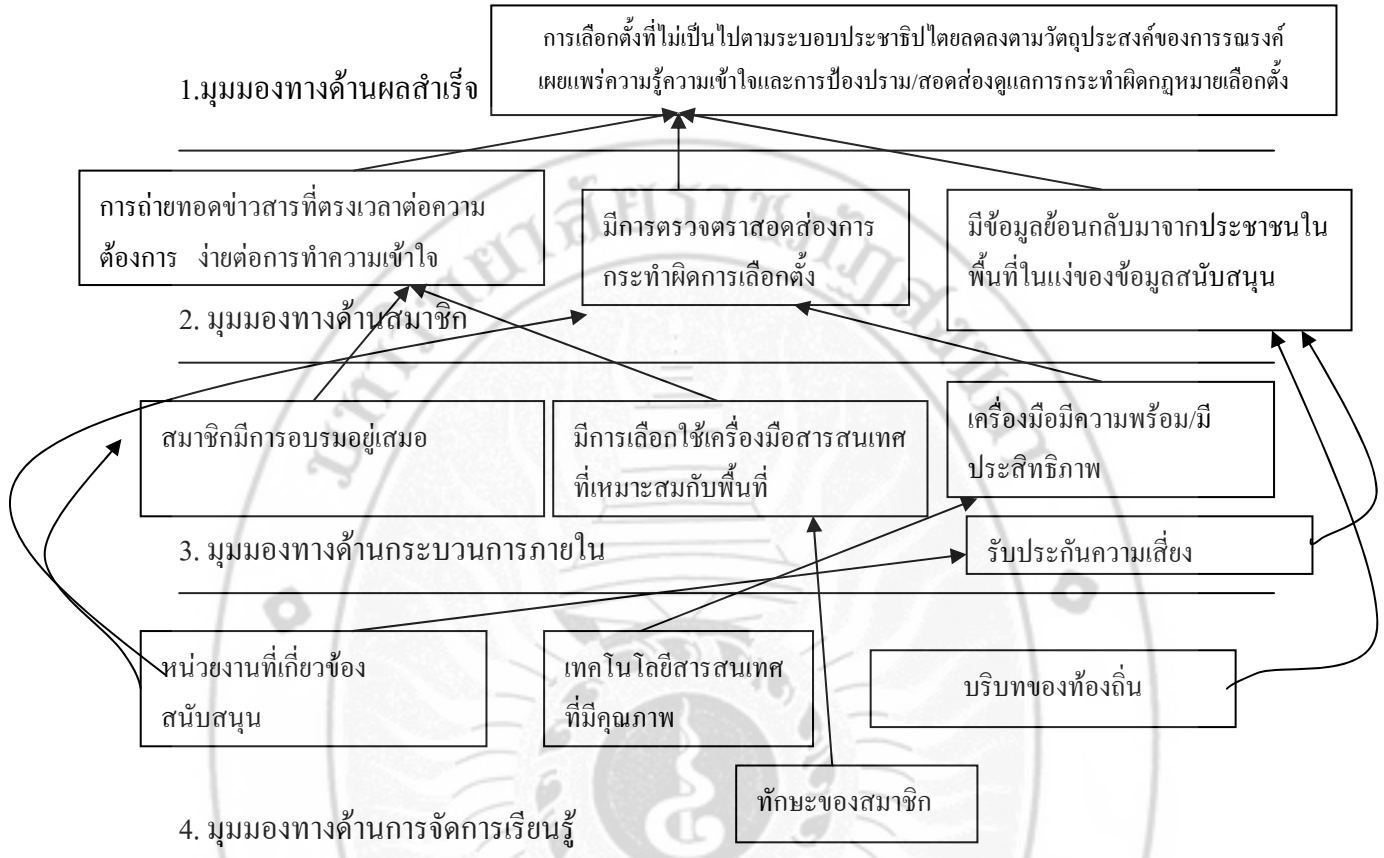


ดังที่ตัวแทนได้ทำการระดมความคิดเห็นออกมาเป็นแผนที่ทางกลยุทธ์นั้น สามารถขยายความได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์สูงสุดของกลุ่มคือ กลุ่มเพื่อการรณรงค์เพื่อการเผยแพร่/กลุ่มเพื่อการป้องปรามการกระทำผิดกฎหมายเลือกตั้ง
2. กลุ่มจะประสบความสำเร็จสูงสุดนั้นสามารถที่จะเกิดขึ้นได้จาก
 - 2.1 การกระตุ้นให้สมาชิกมีจิตสำนึก
 - 2.2 มีแผนการดำเนินงานที่ใช้ได้เหมาะกับสมาชิกและพื้นที่
 - 2.3 สมาชิกมีกำลังใจพร้อมที่จะทำงาน
3. การที่กลุ่มบรรลุวัตถุประสงค์ตามข้อที่ 3 ได้นั้น กลุ่มจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ได้ดังนี้
 - 3.1 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติ
 - 3.2 กระบวนการอบรมสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ
 - 3.3 เครื่องมือมีความพร้อม/มีประสิทธิภาพ
 - 3.4 มีการศึกษาบริบทของท้องถิ่น
 - 3.5 เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพ
4. เพื่อให้กลุ่มสามารถที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้นทั้งหมดกลุ่มจะต้องมั่นใจว่า
 - 4.1 มีการศึกษาบริบทของท้องถิ่น
 - 4.2 เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพ
 - 4.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุน
 - 4.4 บุคลากรผู้อบรมมีความรู้ความสามารถ

จากการกำหนดแผนที่เชิงกลยุทธ์ เพื่อผลักดันที่จะให้เกิดกลุ่มเพื่อการรณรงค์เพื่อการเผยแพร่/กลุ่มเพื่อการป้องปรามการกระทำผิดกฎหมายเลือกตั้ง ขึ้นตอนต่อไปในการดำเนินการคือ การกำหนดแผนที่เชิงกลยุทธ์เรื่องการรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และกลุ่มสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง ดังแผนภาพที่ 4.4

แผนภาพที่ 4.4 แผนที่ทางกลยุทธ์เพื่อการรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย และกลุ่มสวดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง



แผนที่ทางกลยุทธ์ในเรื่องการรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย และกลุ่มสวดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง สามารถที่จะขยายความได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์สูงสุดของกลุ่มคือ การรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย และกลุ่มสวดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง
2. กลุ่มจะประสบความสำเร็จสูงสุดนั้นสามารถที่จะเกิดขึ้นได้จาก
 - 2.1 การถ่ายทอดข่าวสารที่ตรงเวลาต่อความต้องการง่ายต่อการทำความเข้าใจ
 - 2.2 มีการตรวจตราสวดส่องการกระทำผิดการเลือกตั้งตลอดเวลา
 - 2.3 มีข้อมูลย้อนกลับมาจากประชาชนในพื้นที่ในแง่ของข้อมูลสนับสนุน

3. การที่กลุ่มบรรลุลักษณะตามข้อที่ 3 ได้นั้น กลุ่มจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ได้
ดังนี้

- 3.1 สมาชิกมีการอบรมอยู่เสมอ
- 3.2 มีการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารที่เหมาะสมกับพื้นที่
- 3.3 เครื่องมือมีความพร้อม/มีประสิทธิภาพ
- 3.4 บริบทของท้องถิ่น
- 3.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุน
- 3.6 รับประกันความเสถียร

4. เพื่อให้กลุ่มสามารถที่จะบรรลุลักษณะดังกล่าวข้างต้นทั้งหมดกลุ่มจะต้องมั่นใจ
ว่า

- 4.1 ทักษะของสมาชิกมีความพร้อมและมีประสิทธิภาพ
- 4.2 เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพ
- 4.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุน
- 4.4 มีการศึกษาบริบทของท้องถิ่น

จะเห็นได้ว่าเมื่อได้มีการจัดทำแผนเชิงกลยุทธ์แล้ว แผนที่ทางกลยุทธ์จะช่วยให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความเข้าใจชัดเจนในกลยุทธ์ของกลุ่มมากขึ้น ทำให้สมาชิกภายในกลุ่มรู้ว่าอะไรคือความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม รวมทั้งได้รู้ว่าสิ่งที่ตนเองได้ทำนั้นมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของกลุ่มมากเพียงใด ภายหลังจากที่ได้มีการจัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์เป็นที่เรียบร้อย ขั้นตอนต่อไปคือการขยายความตามแผนที่ทางกลยุทธ์ เพื่อที่จะก่อให้เกิดสภาพของตัวชี้วัด ข้อมูลพื้นฐาน เป้าหมาย และสิ่งที่จะทำ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำตามหลักการของ Balanced Scorecard ได้ดังแผนภาพที่ 4.5-4.6

แผนภาพที่ 4.5 จากแผนที่ทางกลยุทธ์สู่ตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนงาน/โครงการ เพื่อการผลักดันที่จะให้เกิดกลุ่มเพื่อการรณรงค์เพื่อการเผยแพร่/กลุ่มเพื่อการป้องกันโรคระบาดที่ผิดปกติหายเลือกตั้ง

Strategy Map	วัตถุประสงค์ (Objectives)	ตัวชี้วัด(KPI)	ข้อมูลปัจจุบัน (Baseline Data)	เป้าหมาย (Target)	แผนงาน โครงการ (Initiatives)
	กลุ่มเพื่อการรณรงค์	มีกลุ่มเพื่อการรณรงค์และป้องกันหมู่บ้าน	ยังไม่มีกลุ่มจัดตั้ง	มีกลุ่มเพื่อการรณรงค์และป้องกันหมู่บ้าน	
	มีแผนการดำเนินงานที่ใช้ได้เหมาะสมกับสมาชิกและพื้นที่	จัดทำแผนเพื่อปฏิบัติ	ไม่มีแผนที่เหมาะสม	มีแผนการดำเนินงานที่ใช้ได้เหมาะสมกับสมาชิกและพื้นที่	- โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนของสมาชิก
	การกระตุ้นให้สมาชิกมีจิตสำนึก	มีแผนการดำเนินงานที่ใช้ได้เหมาะสมกับสมาชิกและพื้นที่			
กระบวนการอบรมสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผน				
เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพ	การจัดอบรมสมาชิก	กระบวนการอบรมสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ	ไม่มีการอบรม	กระบวนการอบรมสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ	-การนำเอาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาอบรมสมาชิก
บุคลากรผู้อบรมมีความรู้					

แผนภาพที่ 4.6 จากแผนที่ทางกลยุทธ์สู่ตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนงาน/โครงการ การรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยและกลุ่มสอดส่องดูแล/ป้องปรามการทุจริตการเลือกตั้ง

Strategy Map	วัตถุประสงค์ (Objectives)	ตัวชี้วัด(KPI)	ข้อมูลปัจจุบัน (Baseline Data)	เป้าหมาย (Target)	แผนงาน โครงการ (Initiatives)
	การเลือกตั้งที่เป็นไปตามระบอบประชาธิปไตย	ลดปัญหาการทุจริตในการเลือกตั้ง/ประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้อง	สภาพปัญหาจากการทุจริตในการเลือกตั้ง/ประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องยังไม่มี	ลดปัญหาการทุจริตในการเลือกตั้ง/ประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้อง	
	มีการสอดส่องการกระทำผิดอยู่ตลอดเวลา	สอดส่องผู้ที่กระทำผิด	สภาพปัญหาจากการกระทำผิดยังมีอยู่ในระดับสูง	การกระทำผิดลดน้อยลง	- กิจกรรมกลุ่มการดูแลสอดส่องการกระทำผิดการเลือกตั้ง
	การถ่ายทอดข่าวสารที่ตรงกับสภาพเวลาและง่ายต่อความเข้าใจ	การถ่ายทอดข่าวสาร	การถ่ายทอดข่าวสารที่ตรงกับสภาพเวลาและง่ายต่อความเข้าใจ	ข่าวสารที่ประชาชนได้รับไม่ตรงกับสภาพเวลาและง่ายไม่เข้าใจ	- โครงการการรณรงค์ในเรื่องของการเลือกตั้งผ่านสื่อชุมชน/ใบประกาศ/สื่อบุคคล
	การใช้เครื่องมือสารสนเทศที่เหมาะสมกับพื้นที่	การจัดอบรมประจำเดือนของสมาชิก	กระบวนการอบรมสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ	ไม่มีการอบรม	- การนำเอาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มสมาชิกและสภาพพื้นที่มาแก้ไขโดยใช้กิจกรรมกลุ่มย่อยมากขึ้น
	เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพ				

