

ปัจจัยการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้ง
นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

นายกฤษฎา ปานบำรุง



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นสาขากิจนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิราษ

พ.ศ. 2564

**Communication and Media Exposure Factors that Affected
the Election Campaign for the Position of Chairman of the
Provincial Administrative Organization
of Surat Thani Province**

Mr. Kritsada Phanbamrung

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Communication Innovation for Political and Local Administration

School of Communication Arts

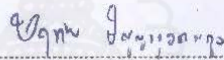
Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้ง
ชื่อและนามสกุล	นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี
แขนงวิชา	นายกฤษฎา ปานบำรุง
สาขาวิชา	นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	อาจารย์ ดร.หฤทัย ปัญญาวุฒระกุล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



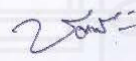
ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.หฤทัย ปัญญาวุฒระกุล)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี)



(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรพัฒน์ เอี่ยมนรินทร์)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้ง
นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ศึกษา นายกฤษฎา ปานบำรุง รหัสนักศึกษา 2621500707

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.หฤทัย ปัญญาวุธตระกูล ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) ปัจจัยการสื่อสาร 2) การเปิดรับสื่อ และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับปัจจัยการสื่อสาร และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่ ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการสื่อสารด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครที่มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ การเป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้งมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 บุคลิกภาพของผู้สมัคร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ทักษะการสื่อสารของผู้สมัคร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และพรรคการเมืองที่สังกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ 2) การเปิดรับสื่อภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้าน ได้แก่ สื่อบุคคล มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้งมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.07 สื่อเฉพาะกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 สื่อมวลชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 4.05 และสื่อใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ประชาชนยังคงนิยมสื่อบุคคล โดยเฉพาะผู้สมัครเดินเคาะประตูหาเสียงตามบ้าน และให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุชุมชน และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 3) ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อ การหาเสียงในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05 4) ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ 0.05

คำสำคัญ ปัจจัยการสื่อสาร การเปิดรับสื่อ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

Independent Study title: Communication and Media Exposure Factors that Affected the Election Campaign for the Position of Chairman of the Provincial Administrative Organization of Surat Thani Province

Author: Mr. Kritsada Phanbamrung; **ID:** 2621500707; **Degree:** Master of Communication Arts (Communication Innovation for Political and Local Administration); **Independent Study advisor:** Dr. Harutai Panyavutitakul; **Academic year:** 2021

Abstract

The objectives of this research were to study 1) communication factors, 2) media exposure, 3) the relationship between voters' demographic factors and communication factors, and 4) the relationship between voters' demographic factors and their media exposure that affected their voting in the election campaign for chairman of the Surat Thani Provincial Administrative Organization (PAO).

This was a quantitative research. The sample population was 400 people who were eligible to vote in Surat Thani Province, chosen through multi-stage sampling. The data collection tool was a questionnaire. Data were analyzed using the descriptive statistics of frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypothesis testing was done using Pearson's correlated coefficient.

The results showed that 1) The communication factors about the qualifications of the candidate that affected the election campaign were first, the candidate's fame and reputation, which was rated 4.06 points on a scale of 1 to 5, followed by the candidate's personality (4.02), the candidate's communication skills (3.96) and lastly, the candidate's political party (3.62). 2) Overall, the voters surveyed had a high level of media exposure. By type, they reported that personal media affected their decision to vote the most (4.07), followed by ad hoc media (4.06), local journalism (4.05), and new media (4.00). This indicates that most people still prefer personal media, especially door-to-door visits by candidates, and they place importance on local journalism, which means community radio and local newspapers. 3) Demographic factors were strongly correlated to communication factors that affected voting, to a statistically significant degree at 0.05. 4) Demographic factors were correlated to media exposure factors that affected voting, to a statistically significant degree at 0.05.

Keywords: Communication factors, Media exposure, Provincial administrative organization chairman

กิตติกรรมประกาศ

เค้าโครงงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี คณะผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่ เป็นอย่างดีจากหลายๆ ฝ่าย โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ดร.หฤทัย ปัญญาวุธตระกูล ในการแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัย คณะผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณอาจารย์ รศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี กรรมการสอบเค้าโครงงานวิจัยนี้ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะ แก้ไข และให้แนวคิดต่างๆ ที่เป็นประโยชน์

กฤษฎา ปานบำรุง

กรกฎาคม 2565



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามในการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานงานวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเรื่องการสื่อสาร.....	7
แนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อ.....	11
การสื่อสารทางการเมือง.....	14
บริบทองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
การประมวลผลข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้.....	36
ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด.....	29
ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ.....	45
ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	51
สรุปผลการศึกษา.....	52
อภิปรายผลการศึกษา.....	55
ข้อเสนอแนะ.....	58
บรรณานุกรม.....	59
ภาคผนวก.....	62
ประวัติผู้ศึกษา.....	67

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	36
ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	36
ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	37
ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	37
ตารางที่ 4.5 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้.....	38
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสารในภาพรวม.....	39
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร.....	40
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสาร ด้านปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	42
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสาร ด้านปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด.....	44
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ โดยภาพรวม....	45
ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการสื่อสารที่มีผลต่อ การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	47
ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อ การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	49

ญ

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย.....	5
ภาพที่ 2.1 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	20



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ถูกจัดตั้งขึ้นทุกจังหวัด เมื่อ พ.ศ. 2498 โดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 ทำหน้าที่เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยสภาจังหวัด และผู้ว่าราชการจังหวัด การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในปัจจุบันเป็นไปตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 ซึ่งมีการแก้ไขเพิ่มเติมถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2562 (ฉบับที่ 5) กำหนดให้มีหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งเรียกว่า "องค์การบริหารส่วนจังหวัด" โดยอยู่ในทุกจังหวัดๆ ละ 1 แห่ง รวม 76 แห่ง มีฐานะเป็นนิติบุคคลและมีพื้นที่รับผิดชอบทั่วทั้งจังหวัด โดยทับซ้อนกับพื้นที่ของหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นอื่น คือเทศบาล สุขาภิบาล และองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนั้น ความเป็นนิติบุคคลก่อให้เกิดความสามารถในการทำนิติกรรม ความเป็นหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นก่อให้เกิดอำนาจหน้าที่และขอบเขตพื้นที่ในการใช้อำนาจหน้าที่นั้น

วิสัยทัศน์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ องค์กรพัฒนาท้องถิ่นต้นแบบการมีส่วนร่วม เมืองแห่งความสุข ทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดี “พงษ์ศักดิ์ จำแก้ว” เจ้าพ่อคอกหอยอ่าวบ้านดอน อดีตนายกสมาคมกำนันผู้ใหญ่บ้าน จ.สุราษฎร์ฯ ขึ้นแท่นว่าที่ นายก อบจ.เมืองคนดี โคนช้างตัวใหญ่ลงرابคาบ ปิดตำนานอดีต ส.ส.ปชป.7 สมัย “ชุมพล กาญจนะ” สำหรับผลการนับคะแนนเลือกตั้งนายก อบจ.สุราษฎร์ธานี และ ส.อบจ.สุราษฎร์ธานี อย่างไม่เป็นทางการ ทั้ง 19 อำเภอ ซึ่งเป็นสนามแข่งขันที่มีการต่อสู้กันของคนมีชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็นอดีต ส.ส.พรรคประชาธิปัตย์ อดีตกำนันคนดัง แม้กระทั่งอดีตนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปรากฏว่า สนามนี้ผู้มีคะแนนเป็นอันดับ 1 ขึ้นแท่นว่าที่นายก อบจ.สุราษฎร์ธานีคนใหม่คือ นายพงษ์ศักดิ์ จำแก้ว อดีตกำนันตำบลทุ่งกง อำเภอกาญจนดิษฐ์ อดีตนายกสมาคมกำนันผู้ใหญ่บ้าน จังหวัดสุราษฎร์ธานี นักธุรกิจคอกหอยแห่งอ่าวบ้านดอน ผู้สมัครเบอร์ 6 ด้วยคะแนน 224,746 คะแนน รองลงมาเป็นอันดับ 2 คือ นายชุมพล กาญจนะ อดีต ส.ส.พรรคประชาธิปัตย์ 7 สมัย ได้คะแนน 153,956 คะแนน อันดับ 3 นายมนตรี เพชรขุ้ม อดีตนายก อบจ.ปี 2552-2556 ได้คะแนน 40,194 คะแนน

วิเชียร ช้วยหนู (2559) การสื่อสารทางการเมือง ที่พรรคการเมืองหรือนักการเมือง มีบทบาท เป็นผู้สื่อสารทางการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองและสื่อมวลชนจึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยง ไม่ให้เกิดขึ้นได้ยาก ดังนั้นในการสื่อสารที่เกิดขึ้นนักการเมืองจึงมักจะบทบาทเป็นผู้สื่อสารและเป็นแหล่งข่าวสำหรับสื่อมวลชนหรืออาจกล่าวได้ว่าไม่ว่าจะอยู่ในบทบาทใดเนื้อหาข่าวสารที่เกิดขึ้นมักจะเกี่ยวเนื่องกับนักการเมืองเสมอไม่ว่าจะโดยตรง หรือโดยอ้อม (Berlo, 1960) หรืออาจจะพูดได้ว่าการสื่อสารกับการเมืองเป็นเรื่องที่ต้องควบคู่กัน ไปจนแยกไม่ออกเปรียบเทียบเหมือนด้านที่ต่างกันของเหรียญอันเดียวกัน เพราะการเมืองเกิดขึ้นได้เฉพาะในระบบสังคม และระบบสังคมก็คือการสื่อสารนั่นเอง ด้วยเหตุนี้เองความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรทางการเมือง (พรรคการเมืองหรือนักการเมือง) สื่อมวลชน และประชาชนจึงเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถตัดขาดออกจากกันได้โดยเฉพาะในประเทศไทยประชาธิปไตยที่ปัจจัยพื้นฐานอยู่ที่ความเสมอภาคของบุคคลในแง่ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการรับผลกระทบจากการดำเนินงานนโยบายของรัฐบาลดังนั้นมาตรการในการวัดความชอบธรรมในการปกครองของรัฐบาลจึงอยู่ที่การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนอย่างพร้อมเพรียงกันผ่านกระบวนการเลือกตั้งและเหตุเพราะผู้คนส่วนใหญ่ในทุกกระบวนการเมืองไม่เคยพบผู้นำของประเทศ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ไม่เคยพบกับนายกเทศมนตรีหรือสมาชิกสภาเทศบาล อาจจะเคยพบเห็นผู้สมัครรับเลือกตั้งบ้างบางครั้งในช่วงเวลาหาเสียงเลือกตั้ง มีคำถามว่าคนเหล่านี้ได้รับข่าวสารและนำไปสู่การตัดสินใจทางการเมืองได้อย่างไร คำตอบคือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2549) (Sotanasatean, 1998) ว่าคือประชาชนอาศัยสื่อมวลชนในการทำหน้าที่สื่อสารหรือเป็นตัวกลางระหว่างองค์กรทางการเมืองกับประชาชน ผ่านการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ไม่ใช่เฉพาะแต่การสื่อสารด้วยการพูด และการเขียนแต่ยังรวมถึงภาพลักษณ์ที่แสดงออกด้วย

เห็นได้ว่าการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งในแต่ละครั้งจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อเป็นสารสนเทศแก่ผู้ที่สนใจลงสมัครรับการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่จะกำหนดปัจจัยในด้านต่างๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และผู้ที่มีหน้าที่จัดการเลือกตั้งขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นในการจัดการเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ สุจริตและเที่ยงธรรมต่อไป

2. คำถามในการวิจัย

2.1 ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอย่างไร

2.2 การเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอย่างไร

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอย่างไร

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. สมมติฐาน

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. นิยามศัพท์

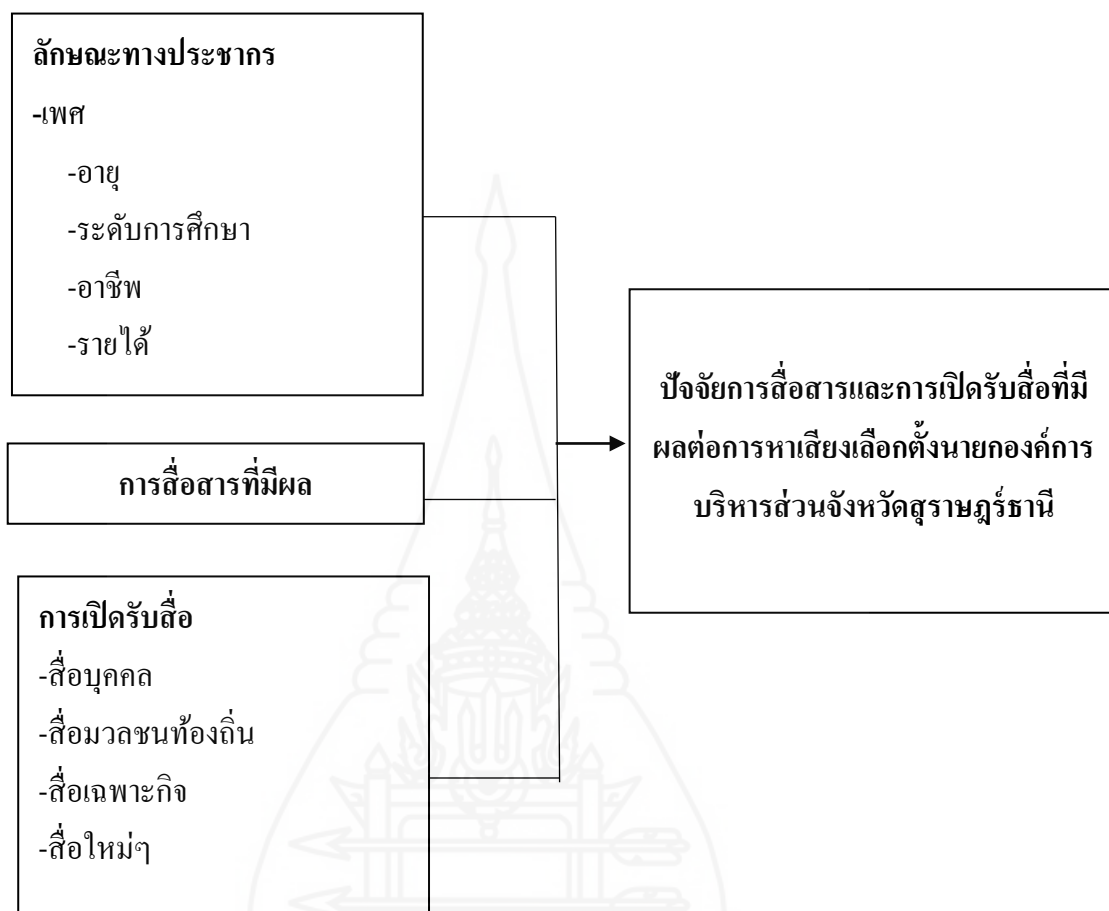
6.1 การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัครปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล

6.2 ปัจจัยการสื่อสาร หมายถึง หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัครปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด ปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล

6.3 การเปิดรับสื่อ หมายถึง ปัจจัยหนึ่งที่ส่งต่อการสื่อสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในของผู้รับ เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งประกอบด้วยสื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์

6.4 นายองค์การบริหารส่วนจังหวัด หมายถึง ผู้ที่ปกครององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยมีจังหวัดละหนึ่งแห่งยกเว้นกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีเขตพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุมทั้งจังหวัด จัดตั้งขึ้นเพื่อบริการสาธารณประโยชน์ในเขตจังหวัด ตลอดทั้งช่วยเหลือพัฒนางานของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในงานวิจัยนี้หมายถึงองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

6. กรอบแนวคิดวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย

7. ขอบเขตการวิจัย

7.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด ปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล การเปิดรับสื่อประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ

7.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาเฉพาะพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

7.3 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งประกอบด้วย 3 เทศบาลคือเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลตำบลวัดประดู่ เทศบาลตำบลขุนทะเลจำนวนประชากรทั้งสิ้น 400 คน

7.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาตุลาคม ถึง ธันวาคม 2564

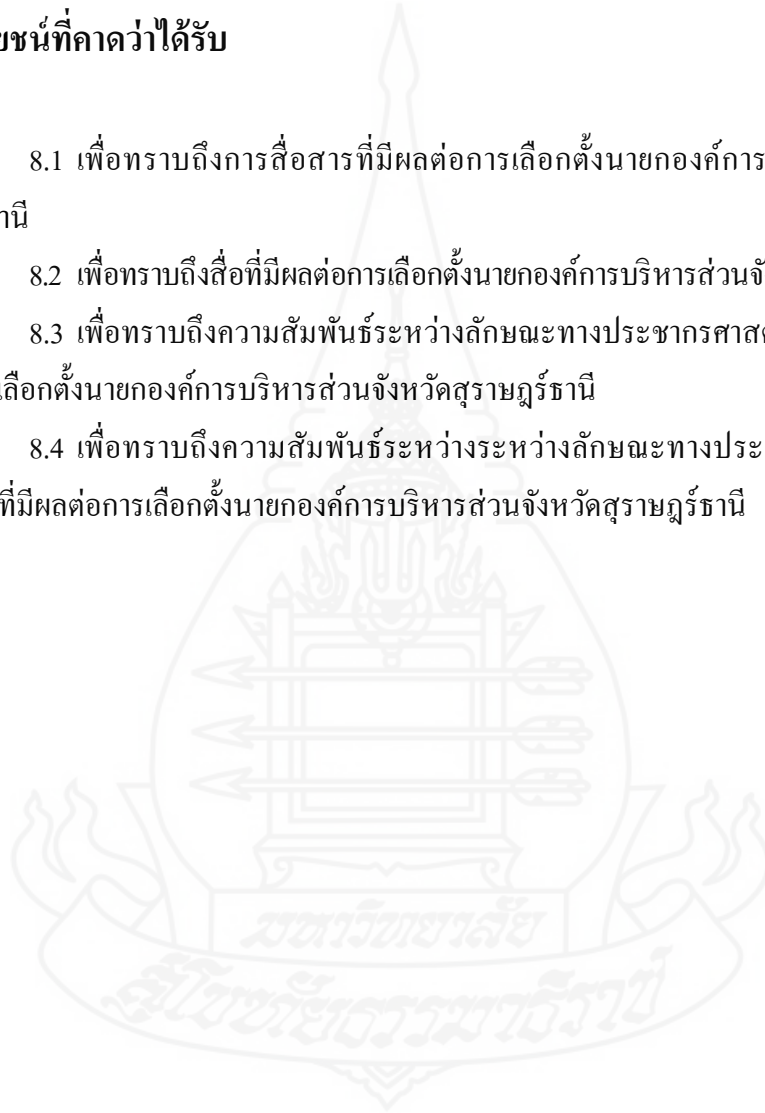
8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 เพื่อทราบถึงการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

8.2 เพื่อทราบถึงสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

8.3 เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

8.4 เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยผู้วิจัยได้ศึกษาตามกรอบแนวคิดทฤษฎีดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสาร
2. แนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อ
3. การสื่อสารทางการเมือง
4. บริบทองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตมนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลาการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสารการสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคมการสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้นการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคม เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน

1.1 ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า การสื่อสาร (communications) มีที่มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า communis หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกันการสื่อสาร (communication) หมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อ

ต่างๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเอง และคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

จรรยา หยูทอง-แสงอุทัย (2560) การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นศาสตร์ที่มีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณเน้นในเรื่องวาทวิทยา (rhetoric) การเมืองและจริยธรรม เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) มาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเมือง โดยรูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองเป็นแนวทางการศึกษาที่ตระหนักถึงการสื่อสาร ในฐานะเครื่องมือกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมือง โดยอาศัยการสื่อสารสร้างแนวทางการยอมรับในกลุ่มประชาชนผู้รับสารแม้ว่ากาลเวลาจะผ่านพ้นมาหลายศตวรรษแล้วแต่การสื่อสารทางการเมืองในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะในสังคมไทยยังคงมีลักษณะเหมือนสมัยกรีกโบราณ คือการใช้วาทวิทยาการโฆษณาชวนเชื่อผสมผสานในการสื่อสารเพื่อผลสัมฤทธิ์ทางการเมืองและการสื่อสารทางการเมืองยังทำหน้าที่สร้างทัศนคติทางการเมืองที่คับแคบ ในรูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ-ไพร่ฟ้า หรือไพร่ฟ้ามีส่วนร่วมสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองแบบอำนาจนิยม “ประชาธิปไตยแบบไทยๆ” ข้ามไม่พ้นการเมืองแบบน้ำเน่าการทุจริตคอร์รัปชันการสมคบคิดระหว่างผู้มีอำนาจกับนายทุนแย่งชิงทรัพยากรงบประมาณ และทรัพยากรธรรมชาติจากประชาชน โดยอ้าง “ทำเพื่อชาติ” หรือ “เพื่อความมั่นคง” เป็นสำคัญการสื่อสารทางการเมือง ประกอบด้วย 3 ส่วน 1. องค์กรทางการเมือง (political organization) 2. สื่อ (media) 3. ประชาชน (citizens) หรือผู้รับสาร (audience) (แมคแนร์/ MacNair, 1999, p.5)

วอร์เรน เค จี และคณะ (อ้างอิงถึง ยุทธพร อิศรชัย 2561, 8-5) มองการสื่อสารทางการเมืองว่า เป็นกระบวนการทางการเมืองที่กับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทัศนคติและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคลการสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไปตามความหมายของ อัลมอนด์ และ โคลแมน (Almond & Coleman) ระบุว่า การสื่อสารทางการเมืองคือกิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป อันเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายดำเนินอยู่ในระบบการเมืองกระบวนการสังคมประคิด การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎการประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ส่วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

1.2 ความสำคัญของการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2554) การสื่อสารมีความสำคัญดังนี้

1. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกเพศทุกวัยไม่มีใครที่จะดำรงชีวิตได้ โดยปราศจากการสื่อสารทุกสาขาอาชีพก็ต้องใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงานการทำงานธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลาพัฒนาการทางสังคมจึงดำเนินไปพร้อมๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร

2. การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคมช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคมช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีสะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรืองวิถีชีวิตของผู้คนช่วยสร้างสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

3. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคลและสังคม การพัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งศาสตร์ในการสื่อสาร จำเป็นต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์และพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ

วัตถุประสงค์การสื่อสาร

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform) ในการทำการสื่อสารผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสารเรื่องราวเหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach or education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะ ถ่ายทอดวิชาความรู้หรือเรื่องราวเชิงวิชาการเพื่อให้ผู้รับสาร ได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (please of entertain) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาต่างๆ

4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

5. เพื่อเรียนรู้ (learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสารในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

6. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide) ในการดำเนินชีวิตของคนเรามี สิ่งหนึ่ง ที่ต้องกระทำอยู่เสมอก็คือการตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งการตัดสินใจ นั้นอาจได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอทางเลือกในการตัดสินใจของเราจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

ศรัญญา ทับทิมเจือและ รินทร์ดา แก่นปัดชา (2564) กล่าวว่า องค์ประกอบ การสื่อสารประกอบด้วย

1. ผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและอากัปกริยาต่างๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวดสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใดๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามเช่นผู้พูดผู้เขียนกวีศิลปิน นักจัดรายการวิทยุโฆษกรัฐบาลองค์กรสถาบัน สถาบันวิทยุกระจายเสียงสถานีวิทยุโทรทัศน์กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์หน่วยงานของรัฐบริษัทสถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

1. เป็นผู้ที่มีความเจตนาแน่ชัดที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตนในการส่งสาร แสดงความคิดเห็น หรือวิจารณ์ ฯลฯ
2. เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี
3. เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่องเปิดเผยจริงใจ และมีความรับผิดชอบ ในฐานะเป็นผู้ส่งสาร
4. เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร
5. เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร

2. สาร (message) หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่างๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิดความต้องการอารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่พูดข้อความที่เขียน บทเพลงที่ร้องรูปที่วาดเรื่องราวที่อ่านท่าทางที่สื่อความหมาย เป็นต้น

2.1 รหัสสาร (message code) ได้แก่ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงออกแทนความรู้ ความคิด อารมณ์ หรือความรู้สึกต่างๆ

2.2 เนื้อหาของสาร (message content) หมายถึง บรรดาความรู้ ความคิดและประสบการณ์ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันหรือโต้ตอบกัน

2.3 การจัดสาร (message treatment) หมายถึง การรวบรวมเนื้อหาของสาร แล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหา ที่ต้องการด้วยการเลือก ใช้รหัสสารที่เหมาะสม

3. สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ในการสื่อสาร หมายถึงสิ่งที่เป็นพาหนะของสารทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารผู้ส่งสาร ต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสาร ไปสู่ผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราว ข่าวสารจากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่นๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารเช่นผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุกลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2. แนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อ

อัทคิน (Askin, 1973 อ้างถึง เกศวติ ประสิทธิ์,2563:37) ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ย่อมเป็นคนที่มี ความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้เป็นอย่างดีเพราะข่าวสาร จะทำให้บุคคลที่เปิดรับมี ความทันสมัยรู้เท่าทันสถานการณ์ต่างๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตามมนุษย์นั้นไม่ได้ เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้นหรือผ่านเข้ามาทางการรับรู้ของมนุษย์แต่มนุษย์จะเลือกรับ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า

รุจิยา แก้วไทรเทียน (2548 อ้างถึง เกศวติ ประสิทธิ์,2563:38) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมกับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยว รุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการ เปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อต่างๆ ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูล ที่สามารถเปิดหาข้อมูลรายละเอียดได้ง่าย รวมถึงติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้สะดวก

Klapper (1960, p. 19 อ้างถึง เกศวติ ประสิทธิ์,2563:38) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการ เลือกรับสารของมนุษย์ว่าบุคคลมี กระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารของตนเองซึ่งในกระบวนการ เลือกรับสาร (Selective Process) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจาก แหล่งสารต่างๆ ความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อ คั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดคั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกเดิมจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแห่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำ เนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ในขณะที่เดียวกันมักจะไม่ได้จดจำในสิ่งที่ ตนเองไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความคิดของตน

Schramm (1973: 121-122 อ้างถึง เกสวลี ประสิทธิ์, 2563: 39-40) มองว่า นอกจากนี้นมนุษย์จะมีกระบวนการเลือกรับ ข่าวสาร ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นในกระบวนการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อ พฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารดังต่อไปนี้ก็คือ

1. ประสบการณ์ต่างกันทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร โดยผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้ความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการ โน้มโน้มจิตใจและพฤติกรรมผู้รับสาร
6. ความสามารถในการรับสารทั้งสภาพร่างกายและจิตใจรวมถึงทักษะและความชำนาญ ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
7. อารมณ์หรือสภาพอารมณ์ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็เป็นได้

8. ทศนคติเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งเร้าหรือสิ่งที่ได้พบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่ต้องใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่คลุมเครือความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้นทำให้มนุษย์มีการเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้น

กฤษฎา บุญจันทร์ (2561) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ได้เข้ามามีอิทธิพลในการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้นในด้านของการติดต่อสื่อสารทุกเพศทุกวัยมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook ที่มีไว้สำหรับแชร์โพสต์ข้อความ ข่าวสาร คลิปวิดีโอ ภาพรวมถึงการสนทนาแบบแชทเป็นต้น หรือ Line ที่เหมาะสำหรับการพูดคุยสนทนากัน ทั้งแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้า ยิ่งไปกว่านั้น สามารถแชทได้ตลอด หรือจะโทรผ่าน Line สะดวกยิ่งขึ้น หรือจะเป็นการโพสต์การใช้ชีวิตของตนเองอย่าง Instagram เป็นต้น แอปพลิเคชันเหล่านี้ถือเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประโยชน์มาก สำหรับชีวิตในยุคปัจจุบันทำให้การติดต่อสื่อสาร สะดวก รวดเร็ว สามารถสนทนาแบบบุคคลระหว่างบุคคลและสนทนาแบบกลุ่มได้สามารถสื่อสารข้อความต่างๆ ได้เพียงครั้งเดียว และรับทราบข้อความพร้อมกันทุกคนได้ไม่ทำให้ใจความผิดเพี้ยนไปถือว่ามีประสิทธิภาพอย่างมาก ทำให้นักพัฒนาหรือนักธุรกิจที่หันมาสนใจพัฒนาและเปิดรับบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อมารองรับตลาดที่กำลังเติบโตขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่มี 4G ทำให้สามารถทันเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองต่างๆ โดยไม่ต้องรอข่าวจากสื่อโทรทัศน์หนังสือพิมพ์ และไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อย่างทันทั่วถึงซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) แต่ละประเภทยังจะมีการให้บริการที่มีรูปแบบแตกต่างกัน โดยผู้ใช้จะเลือกใช้ตามพฤติกรรมหรือทัศนคติที่ตรงกับตนเอง

ข้อมูลความรู้ข่าวสารจากการติดต่อปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมนั้นถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับมนุษย์ในสังคมเพื่อใช้ในการสนับสนุนในการตัดสินใจในการทำกิจกรรมต่างๆ และความต้องการข้อมูลข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อมนุษย์นั้นเกิดความรู้สึกไม่แน่ใจหรือข้องใจในสิ่งที่ตนนั้นกำลังตัดสินใจ เพราะมนุษย์มีความต้องการข้อมูล ความรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อที่จะใช้ข้อมูลนั้นๆ ช่วยในการตัดสินใจก่อนการ กระทำใดกระทำหนึ่งอัตคิน (Askin, 1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ย่อมเป็นคนที่มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้เป็นอย่างดีเพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับมีความทันสมัยรู้เท่าทันสถานการณ์ต่างๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อยอย่างไรก็ตามมนุษย์นั้นไม่ได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้นหรือผ่านเข้ามาทางการรับรู้ของมนุษย์แต่มนุษย์จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า

เกศวลี ประสิทธิ์ (2563) การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับข้อมูล ข่าวสารต่างๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ขึ้นอยู่กับบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ จากความสนใจ

และความต้องการ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับก็จะสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ทั้งการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงกับทัศนคติก็จะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ ผู้รับสารนั้นจะเลือกตีความข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ตามทัศนคติและประสบการณ์ที่เคยได้รับมาแต่ดั้งเดิม

3. การสื่อสารทางการเมือง

ชัฟฟี(Shafiee,1975,p.96) กล่าวถึงการสื่อสารทางการเมืองว่า มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของการเมือง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผนหรือกระบวนการแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยงานต่างๆ ในระบบการเมือง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ และในขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

แมคแนร์ (McNair,1999,p.5) อธิบายว่า การสื่อสารทางการเมืองมีคุณลักษณะ 4 ประการประกอบด้วย

1. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง
2. โดยมีวัตถุประสงค์ที่เจาะจง
3. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง
4. กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมืองเช่นการรายงานข่าว

การถ่ายทอดรายการการอภิปรายของรัฐสภา

และได้อธิบายว่า การสื่อสารทางการเมือง ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1. องค์กรทางการเมือง (political organization) หมายถึง พรรคการเมืององค์กรสาธารณะ กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มกดดัน กลุ่มก่อการร้าย และรัฐบาล พรรคการเมืองสร้างขึ้นจากปัจเจกบุคคลที่มีความคิดอุดมการณ์ตรงกันมารวมตัวกันทำให้เกิดวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีภารกิจในการที่จะสื่อสารให้กับผู้รับสารได้เข้าใจวัตถุประสงค์และให้การยอมรับ โดยองค์กรทางการเมืองของตนให้เป็นที่เข้าใจและแพร่หลายไปสู่ผู้รับสาร และให้พรรคมั่นใจว่าได้รับการตอบรับสูงและได้รับการปฏิเสธน้อยที่สุด

2. สื่อ(media) ทำหน้าที่สื่อสารทางการเมืองส่งไปยังทั้งองค์กรทางการเมืองและประชาชน ในรูปรายงาน บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์

3. ประชาชน (citizens) หรือผู้รับสาร (audience) เป็นเป้าหมายสูงสุดของพรรคการเมือง จะส่งสารและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้รับสารหรือประชาชนสามารถสะท้อนความรู้สึกนึกคิดผ่านทางจดหมาย หรือการสำรวจความคิดเห็น

เสรี วังษ์มณฑา (2546 อ้างถึง ชนิษฐ ม าทอง,2560) กล าวถึง การสื่อสารที่มีผลกระทบต่อระบบการเมือง ดังนี้คือ

1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์หนังสือพิมพ์และนิตยสารสามารถที่จะช่วยสร้างสำนักทางการเมืองค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล เหตุผลของการออกกฎหมาย การออกนโยบาย การกำหนดโครงการต่างๆ ขึ้นมา จะทำให้ประชาชน จักรัฐบาลดีขึ้น เข้าใจรัฐบาลดีและยอมรับรัฐบาลได้ มากขึ้น ข่าวคราวเกี่ยวกับนักการเมือง จะสร้างความรู้สึกให้แก่ ประชาชนว่า ควรจะเข ไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรม ทางด้านการเมืองมากน้อยเพียงใด

2. สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง นอกเหนือจากการ สร้างความสนใจแล ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้ อย่างมาก การเผยแพร่ ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลก็ดีมวลชนก็ดี หรือการนำเสนอพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชนต้องรับรู้ และเข้าใจ เพื่อปฏิบัติ ตนในฐานะพลเมืองดี ประชาชนด้วยการสื่อสาร สร้างบทบาททางการเมือง ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติอันจะนำไปสู่ การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้ ร ถึงบทบาท สิทธิหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนดีขึ้นการเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมือง การได้ รับ ข่าวสารทำให้เรารู้ บทบาททางการเมืองและการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้ บริหารหรือรัฐบาลด้วยเช่นกัน

3. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน นักรัฐศาสตร์ จะมองว่ากาสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเป็น อันดับแรก ส วนการสื่อสารทางด้านสื่อมวลชนนั้นจะมีบทบาทสำคัญรองลงมา การ ที่นักการเมืองได้พบปะพูดคุยกันกับประชาชนนั้นย่อมดีกว่าการที่จะกระจายข่าวสารต่างๆ ออกไปทางสื่อมวลชน แต่ในกรณีที่การสื่อสารระหว่างบุคคลไม่ สามารถ กระจายไปได้อย่างทั่วถึงสื่อมวลชนจะเขามามีบทบาทที่สำคัญ

ในการทำให้ประชาชนรู้อัฒติการเมือง ผู้นำของรัฐบาลและผลงานของรัฐบาล โดยผ่านช่องทาง การสื่อสารต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่รวดเร็วและทันสมัยในปัจจุบัน

4. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชน มีลักษณะความ เป็นนานาชาติ โดยในปัจจุบันโทรคมนาคม การส่งข่าวผ่านดาวเทียมทำให้ความ สนใจของประชาชนเปลี่ยนไป นอกจากการสนใจแต่เพียงสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเท่านั้น พวกเขาสนใจสิ่งที่อยู่ไกลตัว มีความคิดที่เป็น สากลกันมากยิ่งขึ้น ทำให้รัฐบาล ตัดสินตัวกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนตาม มาตรฐานนานาชาติ ที่ประชาชนมีโอกาสได้พบเห็น

5. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสถานภาพก่อนที่จะเป็นนัก การเมือง คนบาง คนไม่เป็นที่รู้จักเลย แต่การที่สื่อมวลชนเขียนถึงเขาบ่อยๆ ในวงสนทนาคนพุดถึงเขาบ่อยอยู่ คนที่ไม่มีความสำคัญ ก็มี ความสำคัญขึ้น สถานภาพดังกล่าวเป็นอะไรก็ได้รับการยอมรับ เพราะฉะนั้นในการเสนอนักการเมืองรับใช้ประชาชนนั้น พรรคการเมืองจะสร้างการยอมรับโดย การเสนอบุคคลดังกล่าวนั้น ในสื่อมวลชนด้วยความถี่สูงให้คนรู้อัฒติคุณสมบัติและผลงานต่างๆ ของเขาแม้คนบางคนจะมีผลงานมากกว่า ความสามารถสูงกว่า แต่ถ้าไม่ได้รับการเสนอในข่าว ข อ ง สื่ อ ม ว ล ช น ไม่มีการกล่าวขวัญถึงคนก็ไม่ยอมรับสถานภาพ นอกจากจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างตัว บุคคลของนักการเมืองให้เป็นที่ยอมรับแล้วรัฐบาลเองก็จำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือใน การนำเสนอข่าวไปสู่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็น การสร้างภาพลักษณ์ของรัฐบาล หรือการนำเสนอ นโยบายต่างๆ ออกมาหรือ แม้กระทั่งใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการฟังเสียงสะท้อนกลับจาก ประชาชนในประเด็นต่างๆ ขณะเดียวกันประชาชนเองก็ได้ รับทราบข้อมูลข่าวสารทางวง การเมือง จ า ก สื่ อ ม ว ล ช น ที่สำคัญประชาชนยังสามารถใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือใน การนำเสนอข้อเรียกร้องต่างๆ ไปยังรัฐบาล หรือหน่วยงานราชการได้ด้วย

4. บริบทองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.1 ประวัติเมืองสุราษฎร์ธานี

ประวัติเมืองสุราษฎร์ธานีจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเมืองเก่าแก่ตั้งแต่สมัยก่อน ประวัติศาสตร์ชนพื้นเมือง ได้แก่ เขม็งและมาลายูดั้งเดิม ชนพื้นเมืองเหล่านี้อาศัยอยู่ในเขตลุ่ม น้ำหลวง และรอบบริเวณอ่าวบ้านดอน ก่อนที่ชาวอินเดียจะเข้ามาตั้งถิ่นฐานเผยแผ่วัฒนธรรม ดังปรากฏหลักฐานในชุมชนโบราณที่อำเภอท่าชนะ และอำเภอไชยา มีหลักฐานว่าในพุทธศตวรรษที่ 13

บริเวณนี้เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรศรีวิชัย เมื่ออาณาจักรนี้เสื่อมลง จึงแยกออกเป็น 3 เมือง คือ เมืองไชยา เมืองท่าทอง และเมืองคีรีรัฐ ขึ้นตรงต่อเมืองนครศรีธรรมราช ต่อมาในสมัยของ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดฯ ให้ย้ายเมืองท่าทองมาตั้งที่บ้านคอน (ตัวเมือง ปัจจุบัน) และยกฐานะเป็นเมืองจัตวา ขึ้นตรงต่อกรุงเทพมหานครพระราชทานนามว่า เมืองกาญจนดิษฐ์ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ปรับปรุงระบบบริหารราชการแผ่นดิน ให้จัดตั้งมณฑลขึ้นโดยได้โปรดเกล้าฯ ให้รวมเมืองไชยา กาญจนดิษฐ์หลังสวน และชุมพร เป็นมณฑล เรียกว่า มณฑลชุมพร เมื่อ พ.ศ.2441 และตั้งศาลว่าการมณฑลที่เมืองชุมพรต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2458 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายศาลว่าการ มณฑลชุมพรมาตั้งที่ บ้านคอน พร้อมทั้งพระราชทานนามให้ใหม่ว่า “เมืองสุราษฎร์ธานี” เนื่องจาก พระองค์ทรงเห็นว่าราษฎรมีกิริยามารยาทเรียบร้อย ตั้งมั่น ในศีลธรรมและหลักพระพุทธศาสนา พร้อมกันนี้ได้พระราชทานเปลี่ยนชื่อแม่น้ำสายหลักของเมืองพุทธศาสนา พร้อมกันนี้ได้ พระราชทานเปลี่ยนชื่อ แม่น้ำสายหลักของเมือง ซึ่งราษฎรเรียกว่า แม่น้ำบ้านคอนบ้าง แม่น้ำหลวง บ้าง และแม่น้ำท่าข้ามบ้างเป็น “แม่น้ำตาปี” เนื่องจากแม่น้ำนี้เป็นลุ่มน้ำสายใหญ่ มีน้ำตลอดปีและใหญ่กว่าแม่น้ำสายใดในเขตมณฑลปักษ์ใต้พื้นที่ลุ่มน้ำเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์มีราษฎรตั้ง บ้านเรือนประกอบการเพาะปลูกและการค้าขายจำนวนมาก นับได้ว่าเป็นแม่น้ำสายสำคัญสายหนึ่งในราชอาณาจักรสยาม จึงได้โปรดเกล้าฯ พระราชทานนามของแม่น้ำใหม่ให้สอดคล้องกับ ชื่อที่จริงสืบไป

4.2 ลักษณะทางกายภาพ

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของภาคใต้ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ประมาณ 645 กิโลเมตรมีเนื้อที่ประมาณ 13,079.61 ตารางกิโลเมตร หรือ 8,174,758.61 ไร่ มีเนื้อที่มากเป็นอันดับ 6 ของประเทศ และมีพื้นที่มากที่สุดในภาคใต้ฝั่งทะเลด้านอ่าวไทยในจังหวัด สุราษฎร์ธานีมีความยาวประมาณ 156 กิโลเมตร มีเกาะขนาดใหญ่ ได้แก่ เกาะสมุย เนื้อที่ 227.25 ตารางกิโลเมตรเกาะพะงัน มีเนื้อที่ 194.2 ตารางกิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีหมู่เกาะอ่างทองและเกาะบริวาร 42 เกาะเกาะสมุยเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัด ห่างจากฝั่งทะเลประมาณ 20 กิโลเมตร และห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 80 กิโลเมตรทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดชุมพรและอ่าวไทยทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและกระบี่ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพังงาและระนอง ทิศตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทยและจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาประมาณ 49 % ของพื้นที่จังหวัด มีเทือกเขาสูงทอดยาวตามแนวเหนือใต้ของพื้นที่จังหวัดลักษณะภูมิประเทศดังกล่าวก่อให้เกิดลุ่มน้ำ

น้อยใหญ่รวม 14 กลุ่มน้ำ กลุ่มน้ำที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มน้ำตาปีพุมดวง ท่าทอง ท่ากระจาย ไชยา ท่าฉาง เป็นต้น แม่น้ำลำคลองในจังหวัดทุกสายไหลลงสู่อ่าวไทยด้านทิศตะวันออก สำหรับลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดสุราษฎร์ธานีสรุปได้ดังนี้

1. ภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง ภูเขาสลับซับซ้อนได้แก่พื้นที่ในเขตอำเภอคีรีรัฐนิคม พระแสง พนม ท่าฉาง ไชยา ท่าชนะ เวียงสระ ชัยบุรีและ อำเภอวิภาวดี
2. ภูมิประเทศเป็นที่ราบชายฝั่งทะเลได้แก่ พื้นที่อำเภอเมืองและพุนพิน
3. ภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงด้านตะวันออก ได้แก่ พื้นที่อำเภอดอนสัก กาญจนดิษฐ์ เวียงสระ และบ้านนาสาร
4. ภูมิประเทศที่เป็นที่ราบสูงตอนกลางส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง พุนพิน เกียนซา พระแสง พนม บ้านนาเดิม ท่าชนะ ท่าฉาง และไชยา
5. ลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะในอ่าวไทย ได้แก่ พื้นที่อำเภอเกาะสมุย เกาะพะงัน หมู่เกาะอ่างทอง และเกาะบริวาร รวม 42 เกาะ

4.4 ลักษณะภูมิอากาศ

เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ระหว่างสองฝั่งมหาสมุทรจึงได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ซึ่งเกิดบริเวณทะเลอันดามันบ้างเป็นครั้งคราว เนื่องจากมีแนวเทือกเขาตะนาวศรี เทือกเขาภูเก็ต และเทือกเขานครศรีธรรมราช แถบบริเวณจังหวัดระนอง จังหวัดชุมพร จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นแนวช่วยลดอิทธิพลลมมรสุมดังกล่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานีจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนใหญ่ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือปกคลุมจะมีแหล่งกำเนิดบริเวณทะเลจีนใต้และอ่าวไทย ทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดผ่านอ่าวไทยและมรสุมตะวันออกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดีย จึงมีช่วงฤดูฝนยาวนานระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมกราคม

4.5 แหล่งน้ำธรรมชาติ

จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีกลุ่มน้ำใหญ่น้อยรวม 14 กลุ่มน้ำ แต่ละกลุ่มน้ำมีแม่น้ำ และร่องหลายสายทุกสายล้วนไหลลงสู่อ่าวไทย แม่น้ำในสุราษฎร์ธานีตัดขวางคาบสมุทรออกสู่ทะเลด้านตะวันออกในอดีตอาศัยเรือขาย แม่น้ำเดินทางติดต่อถึงกัน และติดต่อกับเมืองชายฝั่งแม่น้ำที่มีลักษณะทางอุทกวิทยาที่สำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานีคือ แม่น้ำตาปีแม่น้ำพุมดวง ซึ่งเป็นเส้นเลือดใหญ่ของชาวจังหวัดสุราษฎร์ธานีแม่น้ำที่สำคัญของจังหวัดมี 2 สาย คือแม่น้ำตาปีเกิดจากเทือกเขานครศรีธรรมราช ไหลผ่าน อำเภอชัยบุรี อำเภอพระแสง อำเภอเวียงสระ อำเภอเกียนซา อำเภอบ้านนาสาร อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอพุนพิน และไหลลงสู่อ่าวไทยที่ อำเภอเมือง มีความยาวประมาณ 230 กิโลเมตร ปริมาณน้ำเฉลี่ย 5,900 ล้าน ลบ.ม.ต่อปี มีแม่น้ำสาขาที่สำคัญ 6 สาย ได้แก่คลองสิน

ปูนคลองอึป็น คลองพุนพิน คลองท่ากูบ คลองมะขามเตี้ย และคลองขวางแม่น้ำพุมดวงหรือแม่น้ำคีรีรัฐ เกิดจากคลองแสงคลองสกและคลองยันไหลผ่าน อำเภอบ้านตาขุน อำเภอกีรีรัฐนิคม และอำเภอท่าฉาง บรรจบกับแม่น้ำตาปีที่ อำเภอพุนพิน ยาวประมาณ 80 กิโลเมตร ปริมาณน้ำเฉลี่ย 6,600 ล้าน ลบ.ม. ต่อปีคลองสาขาที่สำคัญ 4 สาย ได้แก่คลองยัน คลองแสงคลองสกและคลองพนม

4.6 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สำนักงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีหลังแรก ตั้งอยู่บริเวณศาลากลางจังหวัดสุราษฎร์ธานีหลังเก่า ริมแม่น้ำตาปี ตรงข้ามศาลจังหวัดสุราษฎร์ธานีในสมัยนั้น ในขณะนั้น ผู้ว่าราชการจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำหน้าที่เป็นหัวหน้า ฝ่ายบริหารขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ตามพระราชบัญญัติ ระเบียบบริหารราชการส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 ดังนั้นกล่าวได้ว่า นายกองการบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีคนแรก คือ นายจันทร์ สมบูรณ์กุล ผู้ว่าราชการจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในส่วนของฝ่ายสภาในขณะนั้น ได้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาจังหวัดสุราษฎร์ธานีขึ้น ทำหน้าที่เป็นฝ่ายนิติบัญญัติ ให้ความเห็นชอบในการออกข้อบัญญัติ ปลัดจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็น ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีส่วนราชการในสังกัด ได้แก่ สำนักงานเลขานุการจังหวัด ส่วนการคลัง ส่วน โยธา ส่วนอำเภอ ซึ่งส่วนอำเภอจะมีสำนักงานไปประจำอยู่ตามอำเภอต่างๆ โดยมีนายอำเภอเป็นหัวหน้าส่วนอำเภอ กำกับดูแลการทำงานของข้าราชการส่วนอำเภอ ในสมัยนั้น การปฏิบัติงานส่วนอำเภอเป็นไปด้วยความยากลำบาก เนื่องจากพื้นที่ในส่วนอำเภอยังเป็นป่าเขาไม่มีถนนหนทางสะดวกสบายอย่างเช่นทุกวันนี้ จะมีก็แค่ทางค่านเกวียน ถนนลูกรังชาวบ้านเดินเท้ากันเสียส่วนใหญ่ เจ้าหน้าที่ส่วนอำเภอจะมีจักรยาน หรือไทม์รถมอเตอร์ไซด์เก่าๆ ออกเยี่ยมเยียนประชาชน เก็บภาษีบำรุงท้องที่ สำรวจท้องที่ต่างๆ แม้จะยากเย็นสักเพียงใด พวกเราชาวองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ก็ได้ต่อสู้ มุ่งมั่นปฏิบัติหน้า เพื่อสร้างความเจริญให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นให้จงได้

วิสัยทัศน์

องค์การพัฒนาท้องถิ่นต้นแบบการมีส่วนร่วม เมืองแห่งความสุขทุกคนมีคุณภาพ
ชีวิตที่ดี

พันธกิจ

1. ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน มีระบบการวางผังเมืองและสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพ
2. ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมให้มีความเข้มแข็งปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
3. ส่งเสริมด้านกีฬา การออกกำลังกายและกิจกรรมนันทนาการ

- 4. ส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาระบบการศึกษาให้ได้มาตรฐานการจัดการศึกษา
- 5. ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามศักยภาพ
- 6. ส่งเสริม อนุรักษ์ ทำนุบำรุง ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม จารีต ประเพณี และภูมิปัญญา

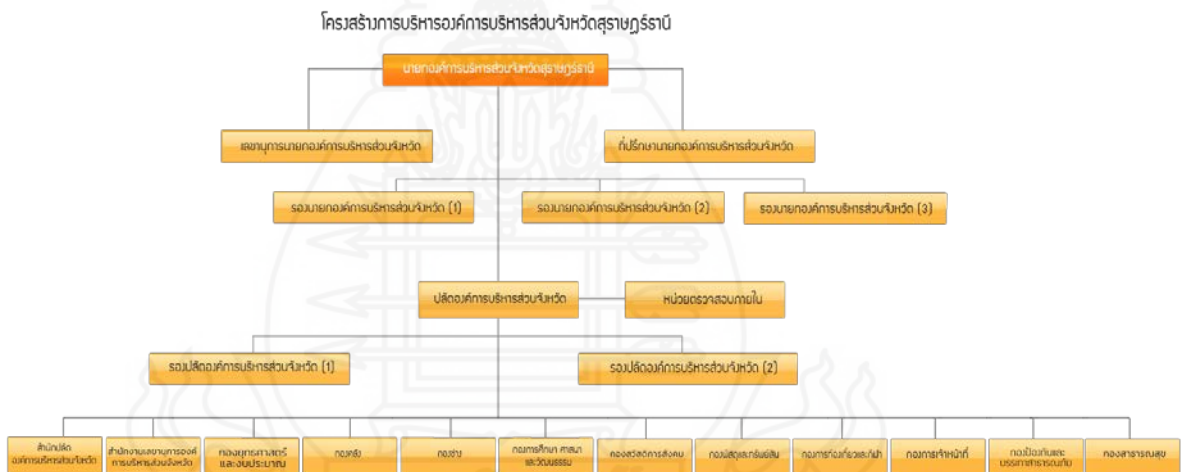
ท้องถิ่น

- 7. พัฒนาศักยภาพการบริการสาธารณะสู่ประชาคมอาเซียน
- 8. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรม เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่สากล

9. ส่งเสริม สนับสนุน อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบบมีส่วนร่วม

- 10. ส่งเสริม พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล

4.7 โครงสร้างการบริหารองค์กร



ภาพที่ 2.1 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์กรบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกสวลี ประสิทธิ์ (2563) งานวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อนวัตกรรมการบริการผ่านแอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อนวัตกรรมการบริการผ่านแอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขต

กรุงเทพมหานคร รวมถึงศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เก็บข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM : Structural Equation Modeling) แบบ PLS-SEM

ผลการวิจัยพบว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 61-65 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการครองชีพต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีแหล่งที่มาของรายได้ที่ใช้จ่ายค่าครองชีพมาจากเงินสะสม ปัจจุบันอาศัยอยู่กับครอบครัว และส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายก่อนเกษียณอายุพฤติกรรมกรรมการใช้งานนวัตกรรมการบริการผ่านแอปพลิเคชันของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันประเภทสื่อสารสังคมออนไลน์เพื่อสนทนา ติดต่อสื่อสาร ระยะเวลาในการใช้งาน 1-2 ชั่วโมง นิยมใช้สมาร์ตโฟน (Smart Phone) ในการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ผลของการวิเคราะห์ปัจจัยการเปิดรับสู่นวัตกรรมการบริการผ่านแอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีผลต่อการเปิดรับสู่นวัตกรรมการบริการผ่านแอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะสำหรับนักพัฒนาแอปพลิเคชัน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ดังนี้

- 1) ด้านประโยชน์ของการใช้งาน ควรมีรูปแบบการจัดวางง่ายเป็นประโยชน์ต่อการใช้งาน และลดระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูล
- 2) ด้านความง่ายในการใช้งาน ควรมีรูปแบบและขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย สามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้การใช้งาน

ธมลวรรณวรรณปลุก (2561) การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี: ศึกษากรณีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเขลางค์นครอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้จำนวนประชากรที่มีสิทธิเลือกตั้งนายกเทศมนตรีในเขตเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมือง

จังหวัดลำปาง จำนวน 51,152 คน สุ่มตัวอย่างมาจำนวน 400 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมด มาประมวลผลข้อมูล และสถิติเชิงวิเคราะห์ครั้งนี้ใช้การวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงวิเคราะห์ใช้วิธีบทยาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า T-Test independent และ One Way Anova (F-Test) ใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง มีดังต่อไปนี้ 1. ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรง มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการบริหารงาน เป็นผู้ที่มีความเข้าอกเข้าใจเข้าถึงประชาชนได้ มีธรรมาจริยธรรม เป็นกันเองและไม่ถือตัว มีความเมตตา กรุณาต่อผู้อื่น เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน มีผลงานพัฒนาท้องถิ่น เป็นคนที่ผู้คนรู้จัก และคุ้นเคย 2. ด้านนโยบาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ สร้างอาชีพให้กับประชาชน เพื่อเพิ่มรายได้เสริมให้กับประชาชน สนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนส่งเสริมความสะอาดบริเวณที่ต่างๆ ในแต่ละเขตพื้นที่ สนับสนุนด้านการศึกษาปราบปรามเรื่องยาเสพติดในเขตพื้นที่ และคุ้มครองประชาชน ช่อมแซม และบำรุงรักษาถนนจัดงบประมาณเพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์ หรือด้านสาธารณสุข สนับสนุนให้ประชาชนออกกำลังกายและเล่นกีฬา จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างเขตพื้นที่แต่ละเขต 3. ด้านพรรคที่สังกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ เป็นพรรคการเมืองที่มีอุดมการณ์ คุณธรรม และจริยธรรม เป็นพรรคการเมืองที่มีศักยภาพในการบริหารและพัฒนา เป็นพรรคการเมืองที่สมาชิกในพรรคมีความสามัคคี เป็นพรรคการเมืองที่ตนเองให้ความสนใจเป็นพรรคการเมืองที่เป็นที่รู้จักของประชาชน เป็นพรรคการเมืองที่มีอิทธิพล และอำนาจกว้างขวางเป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ 4. ด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊คอินสตาแกรม ไลน์ ในการหาเสียง หาเสียงโดยใช้รถแห่กระจายเสียงติดตั้งป้ายไว้นิลขนาดใหญ่ในแต่ละเขตพื้นที่ เดินหาเสียงโดยเคาะตามบ้าน ติดแผ่นใบปลิวหาเสียงตามที่ต่างๆ ในแต่ละเขต การใช้สื่อวิทยุ 5. ด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้บุคคลในครอบครัว เพื่อนสนิท/กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน ผู้นำชุมชนที่เคารพนับถือ ครู/อาจารย์ เพื่อนข้างบ้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง พบว่า ในภาพรวม เพศ อายุ อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้ง

ในส่วนของระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ขวัญหทัยแจ่มแจ้ง(2561)งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณ อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี และศึกษาข้อเสนอแนะในการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณอำเภอบ่อทองจังหวัดชลบุรีเป็นการศึกษาเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณ 4705 คน ใช้การสุตการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ได้จำนวน 369 คนและการ โดยการสุ่มหลายขั้นตอนคือสุ่มแบบสัดส่วนจากนั้นจะนำกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาสุ่มแบบเจาะจงจากประชากรที่มีสิทธิเลือกตั้งในองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือหาค่าจำนวนความถี่และค่าร้อยละเพื่อให้แปลความหมายข้อมูลด้านประชากรของแบบสอบถามค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของข้อมูลค่าความเบี่ยงมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะการกระจายของข้อมูล 2. สถิติเชิงอนุมานแบ่งเป็น 2 ส่วนคือการวิเคราะห์การถดถอยพหุการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนผลการศึกษาพบว่าคุณสมบัติของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในสูง โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือมีความซื่อสัตย์สุจริตอยู่ในลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับสูงมากข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือเป็นผู้ที่เข้ากับคนอื่น ได้ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงและข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้ายคืออายุของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงนโยบายของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในสูง โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือนโยบายมุ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับส่วนรวมอยู่ในลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับสูงข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือนโยบายสามารถปฏิบัติได้จริงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงและข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้ายคือนโยบายมีความแปลกใหม่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงการรณรงค์หาเสียง/กลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในสูง โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือค้นหาเสียงเข้าถึงประชาชนอยู่ในลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับสูงข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือป้ายหาเสียงมีค่าเฉลี่ยระดับสูงและข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้ายคือหาเสียงผ่านสื่อโซเชียลต่างๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางการจูงใจในสิ่งตอบแทน/ผลประโยชน์สิ่งตอบแทนของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในสูง โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือผู้สมัครมีนโยบายหาเพื่อประชาชนไม่เป็นประชาชนนิยมมีแนวทางการทำงานที่เป็นรูปธรรมอยู่ในลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับสูงข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือผู้สมัครสัญญาว่าจะเข้ามาพัฒนาหรือสร้างความเจริญให้แก่ตำบลของท่านมีค่าเฉลี่ยระดับสูงและข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ลำดับสุดท้ายคือผู้สมัครไม่ใช้วิธีการให้สิ่งตอบแทนเป็นสิ่งที่ต้องมีค่าผลประโยชน์หรือการหางานให้ทำเมื่อท่านไปลงคะแนนเสียงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในปานกลางโดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือผู้สมัครเป็นคนที่ท่านรู้จักเป็นอย่างดีอยู่ในลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยปานกลางข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือผู้สมัครเคยช่วยเหลือหรือมีบุญคุณกับผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยปานกลางและข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้ายคือผู้มีอุปการะคุณ แนะนำให้ท่านเลือกผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยปานกลางการตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในสูงโดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือนโยบายของผู้สมัครมีผลต่อการตัดสินใจของท่านอยู่ในลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยระดับสูงข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือคุณสมบัติของผู้สมัครมีผลต่อการตัดสินใจของท่านมีค่าเฉลี่ยระดับสูงและข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้ายคือการจูงใจในสิ่งตอบแทน/ผลประโยชน์สิ่งตอบแทนของผู้สมัครมีผลต่อการตัดสินใจของท่านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง

สุจรรักษ์จิรายมลพัทธ์ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี : ศึกษากรณีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรีจังหวัดสุพรรณบุรี” จากการศึกษาวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยด้านตัวผู้สมัครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณารายชื่อมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับดังนี้มีผลงานในอดีตมีอภิสัยเป็นกันเองกับทุกคนไม่ถือตัวและมีมนุษยสัมพันธ์ดีมีความซื่อสัตย์สุจริตมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนในพื้นที่มีบุคลิกภาพดีมีฐานะทางเศรษฐกิจดีและมีการศึกษาสูงตามลำดับทั้งนี้จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านผู้สมัครอยู่ในระดับมากที่สุดเนื่องจากประชาชนได้พิจารณาเลือกผู้สมัครที่มีภาวะผู้นำสูงมีผลงานเป็นที่ประจักษ์สามารถเป็นที่พึ่งพาให้กับประชาชนได้ 2. ปัจจัยด้านนโยบายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้ปัจจัยด้านปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณถนนแควให้เป็นถนนที่สวยงามที่สุดในเขตเทศบาลรองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านปรับปรุงและดูแลสิ่งสาธารณูปโภคให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพปัจจัยด้านจัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการรับมือภัยพิบัติต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นปัจจัยด้านส่งเสริมกิจกรรมผู้สูงอายุดูแลผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการให้ได้รับการช่วยเหลืออย่างเหมาะสมปัจจัยด้านการพัฒนาสนามกีฬาวัดศรีบัวบานเพื่อเป็นพื้นที่สำหรับสันทนาการและออกกำลังกายจัดให้มีสัญญาณ WIFI ให้ครอบคลุมพื้นที่ในเขตเทศบาลและปัจจัยด้านการติดตั้งกล้องวงจรปิด จำนวน 34 จุดในเขตชุมชนหนาแน่นและขยายให้ครอบคลุมทั่วพื้นที่เทศบาล 3. ปัจจัยด้านกลุ่มการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณารายชื่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้เป็นกลุ่มที่สร้างสรรค์ผลงานที่ดีในอดีตรองลงมาได้แก่เป็นกลุ่มที่มีนโยบายที่ชัดเจนและทำได้จริงเป็นกลุ่มการเมืองที่มีความเข้มแข็งและมั่นคงขึ้นชอบผลงานของหัวหน้ากลุ่มและเป็นกลุ่มที่ตัวเองขึ้นชอบทั้งนี้ปัจจัยด้านกลุ่มการเมืองของนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในระดับมาก

ที่สุดเนื่องจากกลุ่มการเมืองของนายเอกพันธ์นายกเทศมนตรีเป็นกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นที่ทำงานจริงมีผลงานมาอย่างต่อเนื่องจึงเป็นที่ชื่นชอบของประชาชนจนได้รับความไว้วางใจเป็นสมัยที่ 2 ติดต่อกันและยังได้รับการสนับสนุนจากอดีตนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี 4 สมัยก็คือนางจรรย์อินทร์ในเอื้อมรดกของนายเอกพันธ์ซึ่งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรีมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2558 จะเห็นว่าคนในตระกูลเดียวกันได้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรีรวมแล้วถึง 6 สมัยติดต่อกันเป็นเวลากว่า 31 ปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 25284. ปัจจัยด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายชื่อมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้ปัจจัยด้านการติดตั้งป้ายตามจุดต่างๆในพื้นที่และการแจกแผ่นพับ/ ใบปลิวแนะนำตัวรองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านการใช้รถแห่กระจายเสียงทางวิทยุชุมชนในพื้นที่ปัจจัยด้านการเคาะประตูบ้านแนะนำตัวและปัจจัยด้านการหาเสียงทางเคเบิลท้องถิ่นเนื่องจากว่าประชาชนได้รับสื่อในหลายๆด้านทั้งสื่อป้ายโฆษณาแผ่นพับหาเสียงสื่ออินเทอร์เน็ตจึงทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเลือกตั้งได้รวดเร็ว 5. ปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายชื่อค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้ปัจจัยด้านพรรคพวกเพื่อนฝูงรองลงมาคือปัจจัยด้านสมาชิกในครอบครัวปัจจัยด้านผู้นำชุมชนและคนที่ชุมชนเคารพนับถือปัจจัยด้านผู้มีบุญคุณปัจจัยด้านเพื่อนบ้านและปัจจัยผู้กว้างขวางในท้องถิ่นเนื่องจากสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีความสำคัญกับการเมืองท้องถิ่นอันสืบเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือความใกล้ชิดสนิทสนมกับพรรคพวกเพื่อนฝูงหรือบุคคลที่เป็นผู้นำท้องถิ่นที่มีอิทธิพลที่จะจูงใจให้ประชาชนตัดสินใจเลือกตั้ง

สมชายวุฒิพิมลวิทยา (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรี: ศึกษาในห้วงเวลาปี 2558 จากการศึกษาพบว่า “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรี: ศึกษาในห้วงเวลาปี 2558” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ 1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรี 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของชาวเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรีกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรีผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอยู่ระหว่าง 18-30 ปีระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีอาชีพธุรกิจส่วนตัวรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมากได้แก่การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตสื่อโทรทัศน์สื่อหนังสือพิมพ์และระดับปานกลางสื่อวิทยุการทดสอบสมมุติฐานเพศอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรี

ส่วนระดับการศึกษาอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรีพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิริฐนันท์ไทรยานันท์ (2556) การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา: ศึกษา ในห้วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ. 2554” นี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา ตั้งแต่ ยุควางรากฐาน ยุคบุกเบิก และยุคแห่งการพัฒนา 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา ตั้งแต่ยุควางรากฐาน ยุคบุกเบิก และยุคแห่งการพัฒนา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยเอกสาร และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม โดยใช้กรอบแนวคิดตามแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Brian McNair และองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร S-M-C-R ของ David K.Berlo เป็นกรอบหลักในการศึกษาวิจัย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า นายกเมืองพัทยาทั้ง 3 ยุค มีการใช้กระบวนการสื่อสารทางการเมือง อย่างเป็นระบบ เต็มรูปแบบและครบวงจร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์สูงสุด โดยภาพรวมของนายกเมืองพัทยา มีดังนี้

ในฐานะผู้ส่งสาร (Sender) พบว่า ด้านบุคลิกภาพ มีการแสดงออกเกี่ยวกับน้ำเสียง การแต่งสีหน้าท่าทาง ที่เหมาะสม ซึ่งบุคลิกภาพเหล่านี้ย่อมส่งผลดีต่อการยอมรับของประชาชน มีทัศนคติในการสื่อสารที่ดี คือ มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่อข่าวสาร หรือ เรื่องราวที่จะทำการสื่อสาร และมีทัศนคติที่ดีต่อประชาชนผู้รับข่าวสาร มีทักษะในการสื่อสารขั้นพื้นฐานอย่างเหมาะสม ได้แก่ ทักษะในด้านการฟัง การพูด การอ่าน การเขียนและการคิด หรือ การใช้เหตุผล มีระดับความรู้เพียงพอหมายถึงความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับกระบวนการ หรือ วิธีการสื่อสาร สามารถวิเคราะห์และปรับกระบวนการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้มีความเข้าใจในบุคคล ระบบสังคม และวัฒนธรรม คือ เป็นผู้เข้าใจในความคิด ความต้องการทั่วไปของคนพร้อมที่จะปรับตนเองให้มีการสื่อสาร โดยไม่ขัดต่อวัฒนธรรมและค่านิยมของสังคม ข่าวสาร (Messages) พบว่า สารที่ส่งไปยังประชาชนส่วนใหญ่เป็นข่าวสารที่สะท้อน นโยบายของนายกเมืองพัทยา เช่น สารด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การท่องเที่ยว การพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคมและการพัฒนาการเมืองส่วนข่าวสารที่ได้นำเสนอทางสื่อมวลชนนั้นได้รับการออกแบบให้มีคุณภาพดี ถูกต้องและชัดเจน

ช่องทางการสื่อสาร (Channels) พบว่า ใช้ช่องทางการสื่อสารกับประชาชน 11 ช่องทาง คือ สื่อบุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจ สื่อป้ายประกาศ สื่อกิจกรรมพื้นบ้าน สื่อการจัดประชุม สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรมพิเศษและสื่อประสม โดย ช่องทางการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จและมีบทบาทมากที่สุดในยุคแรก คือ สื่อบุคคล ส่วนในยุค ต่อมาบทบาทของสื่อสมัยใหม่ และสื่อกิจกรรมพิเศษมีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความเจริญด้าน เทคโนโลยีและความต้องการที่จะสื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่มากขึ้น ผู้รับสาร (Receivers) พบว่า กลุ่มประชาชนและกลุ่มประชาชนชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารจากนายกเมืองพัทยาผ่านทางสื่อบุคคล ส่วนนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารจากสื่อสมัยใหม่ และสื่อกิจกรรมพิเศษมากที่สุดข้อสังเคราะห์จากงานวิจัย อันเป็นองค์ความรู้ใหม่ ในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ของนายกเมืองพัทยา มี 4 ประการ คือ 1. การผสมผสานสื่อต่างๆ อย่างกลมกลืนและส่งเสริมซึ่งกันและกัน ทำให้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย (Target Groups) ที่เป็นกลุ่มประชาชนอย่างได้ผล 2. การสื่อสารทางการเมืองสำหรับเมืองท่องเที่ยวด้วยช่องทางสื่อกิจกรรมพิเศษ (Special Events Media) และสื่อสมัยใหม่ (Modern Media) เป็นปัจจัยส่งเสริมให้การสื่อสารกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ 3. สื่อบุคคล (Personal Media) เป็นสื่อเก่าที่มีมานานแล้ว ถึงแม้บ้านเมืองจะเจริญ ไปมากเพียงใดก็ตาม ก็ยังทรงอิทธิพลต่อความคิดของประชาชนอยู่เสมอมา 4. ภาพลักษณ์ของนายกเมืองพัทยาที่ดี นำไปสู่การยอมรับสนับสนุนของประชาชน แต่อย่างไรก็ตาม ความสัมฤทธิ์ของกระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบการเป็นผู้นำความเป็นพลวัต (Dynamics) ของตัวแปรทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจและการพัฒนาทางวิชาการ ในแต่ละช่วงเวลานั้นๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ากระบวนการ สื่อสารทางการเมือง ไม่มีสูตรสำเร็จที่ใช้ได้ผลกับทุกเวลา ทุกโอกาส ทุกสถานที่ มีเพียงองค์ความรู้ เท่านั้นที่ผู้สื่อสาร จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ ด้วยตนเอง

ณ พวีร์ ซึ่งกมลพิสุทธิ์ (2559) การศึกษาเรื่อง ทักษะคติของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด จันทบุรี: ศึกษาในห้วงเวลาปี พ.ศ.2559 มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาถึงทักษะคติของชาวจันทบุรีที่มี ต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ของชาวจันทบุรี (3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับทักษะคติของ ชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีและ (4) เพื่อศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับทักษะคติของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิง พรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะเกี่ยวกับตัวแปร

ต่างๆ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ประกอบธุรกิจส่วนตัว พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ วิทยุ และเว็บไซต์ทัศนคติของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมา ด้านบุคลากร ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข โภค และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของชาวจังหวัดจันทบุรีกับทัศนคติที่มีต่อ การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีพบว่า เพศ การศึกษา และอาชีพ ไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีส่วนอายุ และรายได้มีความสัมพันธ์ 2. การเปิดรับสื่อมีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงาน ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรีพบว่า การเปิดรับสื่อจาก โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และ เว็บไซต์มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัดจันทบุรี

ขงยุทธพงษ์ศรี (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี : ศึกษาในห้วงเวลาปี พ.ศ. 2562 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ มีสิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อบรรยายลักษณะเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ t - test และ f - test ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 –30,000 บาท พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนชาวจังหวัดปทุมธานี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อแล้ว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ สื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ตามลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านนโยบาย ด้านพรรคการเมืองและด้านการรณรงค์หาเสียงและด้านสื่อมวลชนการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานีซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปิยะรัตน์ สนแจ้ง (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษากรณีประชาชนกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2562 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของชาวกรุงเทพมหานครกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในปี พ.ศ. 2562 การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณประชากรที่ศึกษา คือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อบรรยายลักษณะเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ t - test และ f - test ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 – 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ด้านนโยบาย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านพรรคการเมือง และด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ส่วนการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 3 เทศบาลคือเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลตำบลวัดประดู่ เทศบาลตำบลขุนทะเล

1.2 กลุ่มตัวอย่างประชากรเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี 131,599 คน เทศบาลตำบลวัดประดู่ 18,613 คน เทศบาลตำบลขุนทะเล 16,325 คน รวมทั้งสิ้น 166,537 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบยามาเน่ (Taro Yamane) ในระดับความคาดเคลื่อนที่ +5% ดังนี้ จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{166,537}{1 + 166,537(0.05)^2}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.04 คน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

1.3 ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น, บังเอิญเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกไว้ตามสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้

ตัวแปรตาม การสื่อสารประกอบด้วย เนื้อหาสาร, ช่องทางการสื่อสาร, ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้านพรรคที่สังกัด

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้

ตัวแปรตาม การเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม โดยเป็นคำถามปลายปิด (Closed Form) และคำถามปลายเปิด (Opened Form)

1 ชุด ประกอบไปด้วยเนื้อหาคำถามส่วนต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ รูปแบบสอบถามเป็นลักษณะ ตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยเป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลของการสื่อสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 19 ข้อ รูปแบบสอบถามเป็นลักษณะตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยเป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงการสื่อสาร ประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้านพรรคที่สังกัดโดยกำหนดเกณฑ์การวัดดังนี้ แบ่งความสำคัญออกเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ใช้ประโยชน์มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ใช้ประโยชน์มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ใช้ประโยชน์ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ใช้ประโยชน์น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลของการเปิดรับสื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ข้อ รูปแบบสอบถามเป็นลักษณะตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยเป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ โดยกำหนดเกณฑ์

การวัดครั้งนี้ แบ่งความสำคัญออกเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

- 5 มากที่สุด (เปิดรับทุกวันๆ ละ 8 - 10 ชั่วโมง)
- 4 มาก (เปิดรับทุกวันๆ ละ 6 - 7 ชั่วโมง)
- 3 ปานกลาง (เปิดรับทุกวันๆ ละ 4 - 5 ชั่วโมง)
- 2 น้อย (เปิดรับทุกวันๆ ละ 2 - 3 ชั่วโมง)
- 1 น้อยที่สุด (เปิดรับเป็นครั้งคราวครั้งละไม่เกิน 30 นาที)

โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Opened Form) เพื่อถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น ทำได้โดยการที่ผู้วิจัยนำเอาเครื่องมือดังกล่าวไป ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ดัชนี IOC โดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบว่า คำถามแต่ละข้อของแบบสอบถาม สามารถสื่อสารความหมายที่ผู้วิจัยต้องการและคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ ยากหรือง่ายเพียงใด หลังจากนั้นนำผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความตรงของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรความสอดคล้องของความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละข้อ โดยใช้ดัชนี IOC ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องของความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ΣR คือ ผลรวมของความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทุกคน

N คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

การให้คะแนนของความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

1.0 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

-1.0 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

เกณฑ์การพิจารณา คือ ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ข้อคำถามที่ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง เมื่อนำผลการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ที่ได้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ = 1.0 แทนค่าในสูตรแล้ว ได้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ IOC = 1 แสดงว่าคำถามแต่ละข้อมีความตรง (Validity) สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

ซึ่งผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนัทร ล้อมชวการ อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ และอาจารย์ ดร.กรกช ชันชบุญ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง พบว่า เครื่องมือแบบสอบถามผ่านเกณฑ์การพิจารณาทุกข้อ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมผู้ช่วยซึ่งมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ก่อนไปเก็บข้อมูลจริง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2564 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2564 โดยเก็บข้อมูลโดยการ ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จะนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากร การสื่อสาร การเปิดรับสื่อ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาสถิติเชิงอนุมาน ในการวัดระดับสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

6. การประมวลผลข้อมูล

ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดนำมาลงรหัสตามแบบฟอร์มที่จัดทำขึ้นและนำ ข้อมูลที่ได้ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับคอมพิวเตอร์ในการ วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสรุปผลข้อมูลตามลำดับต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งเป็นการวิจัยแบบช่วงชั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้
2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล
3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเปิดรับสื่อประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ
4. ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน



1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากรโดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายด้านลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้

ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ (n = 400)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	171	42.8
ชาย	229	57.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 และเพศหญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ (n = 400)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	75	18.8
30 – 39 ปี	111	27.8
41 – 49 ปี	118	29.4
50 ปีขึ้นไป	96	24.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 49 ปี จำนวน 118 คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 111 คิดเป็นร้อยละ 27.8รองลงมาอีกคือ อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคือ มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 75 คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	118	29.5
ปริญญาตรี	209	52.3
สูงกว่าปริญญาตรี	73	18.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

(n = 400)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกร	96	24.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	88	22.0
รับราชการ/ลูกจ้างราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	8.5
รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท	95	23.8
ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	87	21.7
รวม	400	100.0

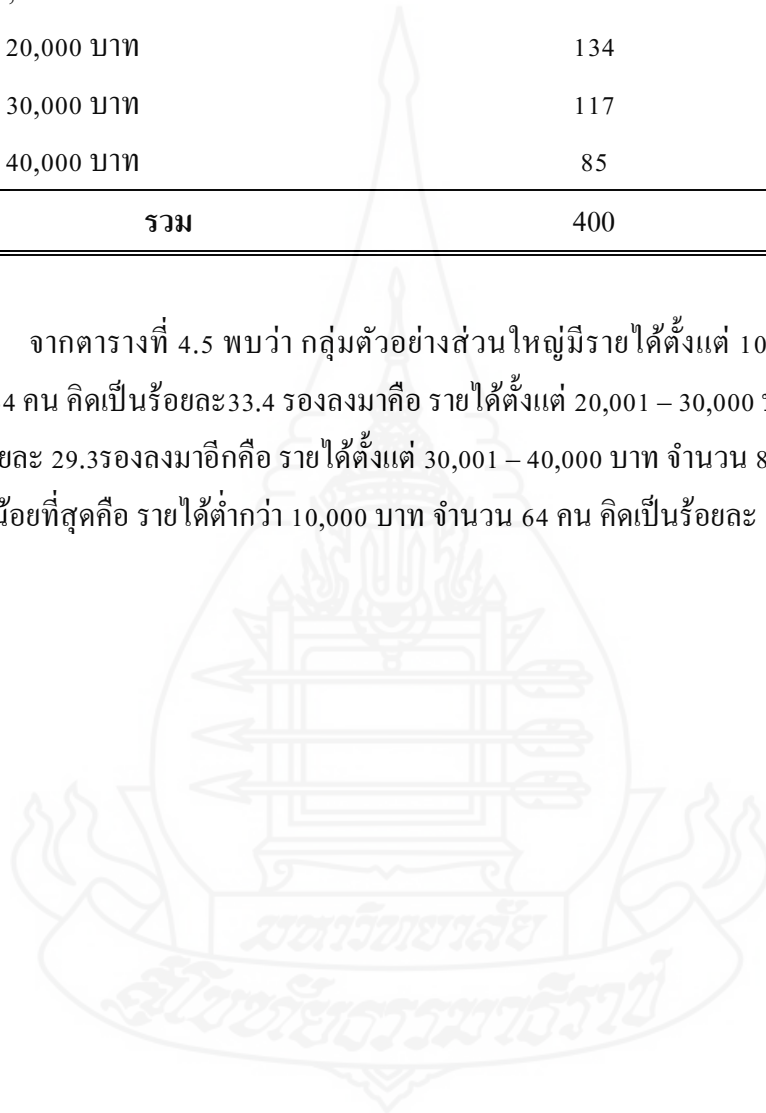
จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาอีกคือ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อาชีพผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และน้อยที่สุดคือ รับราชการ/ลูกจ้างราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้

(n = 400)

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	64	16.0
10,001 – 20,000 บาท	134	33.4
20,001 – 30,000 บาท	117	29.3
30,001 – 40,000 บาท	85	21.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมาคือ รายได้ตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาอีกคือ รายได้ตั้งแต่ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และน้อยที่สุดคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ



2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด

ผู้วิจัยแสดงผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร
ในภาพรวม

(n = 400)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
คุณสมบัติของตัวผู้สมัคร	4.06	.622	เห็นด้วยมาก
การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง	3.89	.779	เห็นด้วยมาก
พรรคที่สังกัด	3.72	.877	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.89	.858	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณสมบัติของตัวผู้สมัครมีผลมากที่สุดอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาได้แก่ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สื่อบุคคลที่มีอิทธิพล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร
คุณสมบัติของตัวผู้สมัคร

(n = 400)

ด้านคุณสมบัติของ ตัวผู้สมัคร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีความรู้ ความสามารถเช่น การนำความรู้รอบตัว มาแก้ไขปัญหาด้านๆ ได้(ทางด้านการ บริหารจัดการและ การพัฒนาท้องถิ่น)	64 (16.0%)	194 (48.5%)	118 (29.5%)	21 (5.3%)	3 (0.8%)	3.89	.685	มาก
2. มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์เช่น สามารถในการคิดได้ หลากหลายและ แปลกใหม่จากเดิม (เป็นการส่งเสริมใน การพัฒนาท้องถิ่น)	67 (16.8%)	223 (55.8%)	107 (26.8%)	3 (0.8%)	0 (0.0%)	3.93	.651	มาก
3. มีความเสียสละ ขอช่วยเหลืองาน ส่วนรวม (เห็น ประโยชน์ส่วนรวม มากกว่าประโยชน์ ส่วนตน)	103 (25.8%)	205 (51.2%)	87 (21.8%)	3 (0.8%)	2 (0.5%)	4.06	.669	มาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

(n = 400)

ด้านคุณสมบัติของ ตัวผู้สมัคร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
4. มีความเป็นผู้นำ คือผู้ที่สามารถทำสิ่ง ต่างๆ ให้บรรลุ วัตถุประสงค์ตามที่ ต้องการ	112 (28.0%)	175 (43.8%)	107 (26.8%)	6 (1.5%)	0 (0.0%)	3.92	.784	มาก
5. เป็นผู้ที่ บุคลิกภาพดีเช่น รูปร่างหน้าตา ความคิดความตั้งใจ ความสุภาพอ่อนโยน ซื่อสัตย์เชื่อถือได้ เป็นต้น	74 (18.5%)	166 (41.5%)	136 (34.0%)	19 (4.8%)	5 (1.3%)	3.81	.766	มาก
6. มีประสบการณ์ การทำงาน และเป็น คนในพื้นที่นั้นๆ	73 (18.3%)	179 (44.8%)	119 (29.8%)	24 (6.0%)	5 (1.3%)	3.90	.648	มาก
ภาพรวม						4.06	.622	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารคุณสมบัติของตัวผู้สมัครโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร ด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครมีความเสถียรช่วยเหลืองานส่วนรวม (เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.06 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เช่นสามารถในการคิดได้หลากหลายและแปลกใหม่จากเดิม (เป็นการส่งเสริมในการพัฒนาท้องถิ่น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีความเป็นผู้นำคือผู้ที่สามารถทำสิ่งต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีประสบการณ์การทำงาน และเป็นคนในพื้นที่นั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 มีความรู้ความสามารถ

เช่นการนำความรู้รอบตัวมาแก้ไขปัญหาด้านๆ ได้ (ทางด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เป็นผู้ที่มิบุคคลิกภาพดีเช่นรูปร่างหน้าตาความคิดความตั้งใจความสุภาพอ่อนโยน ซื่อสัตย์เชื่อถือได้เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร ด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

ปัจจัยในการรณรงค์ หาเสียงเลือกตั้ง	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.มีการเดินหาเสียง โดยการเข้าไปพบปะ ประชาชนตามที่พักอาศัย	90 (22.5%)	166 (41.5%)	118 (29.5%)	18 (4.5%)	8 (2.0%)	3.78	.913	มาก
2.เดินแจกใบปลิวโดย ทีมทำงานตามสถานที่ ต่างๆ เช่น บ้านพัก อาศัย ตลาด เป็นต้น	49 (12.3%)	228 (57.0%)	102 (25.5%)	13 (3.3%)	8 (2.0%)	3.74	.789	มาก
3.มีป้ายประชาสัมพันธ์ ในการหาเสียง	91 (22.8%)	188 (47.0%)	118 (29.5%)	3 (0.8%)	0 (0.0%)	3.92	.740	มาก
4.มีขบวนรถที่ใช้ใน การหาเสียงตามจุด ต่างๆ ที่ต้องการหา เสียงเลือกตั้ง	96 (24.0%)	176 (44.0%)	112 (28.0%)	14 (3.5%)	2 (0.5%)	3.87	.831	มาก
5.มีการจัดเวทีปราศรัย ตามจุดต่างๆ เพื่อหาเสียง	85 (21.3%)	178 (44.5%)	113 (28.2%)	16 (4.0%)	8 (2.0%)	3.79	.890	มาก
6.มีการหาเสียงผ่าน สื่อโซเชียลต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์	69 (17.3%)	212 (53.0%)	98 (24.5%)	16 (4.0%)	5 (1.3%)	3.81	.810	มาก
	ภาพรวม					3.89	.779	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร ด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีการค้นหาเสียงโดยการเข้าไปพบปะประชาชนตามที่พักอาศัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมีป้ายประชาสัมพันธ์ในการหาเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีขบวนการที่ใช้ในการหาเสียงตามจุดต่างๆ ที่ต้องการหาเสียงเลือกตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีการหาเสียงผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น เฟสบุคไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีการจัดเวทีปราศรัยตามจุดต่างๆ เพื่อหาเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เดินแจกใบปลิวโดยทีมงานตามสถานที่ต่างๆ เช่น บ้านพักอาศัย ตลาด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร
ด้านพรรคที่สังกัด

(n = 400)

ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.เป็นพรรคการเมืองที่ตนเองให้ความสนใจ	40 (10.0%)	77 (19.3%)	173 (43.3%)	63 (15.8%)	47 (11.8%)	3.82	.719
2.เป็นพรรคการเมืองที่มีอุดมการณ์คุณธรรมและจริยธรรม	67 (16.8%)	80 (20.0%)	193 (48.3%)	53 (13.3%)	7 (1.8%)	3.83	.831
3.เป็นพรรคการเมืองที่มีอิทธิพลและอำนาจกว้างขวาง	31 (7.8%)	77 (19.3%)	173 (43.3%)	112 (28.0%)	7 (1.8%)	3.75	.898
4.เป็นพรรคการเมืองที่สมาชิกในพรรคมีความสามัคคี	27 (6.8%)	65 (16.3%)	225 (56.3%)	78 (19.5%)	5 (1.3%)	3.73	.877
5.เป็นพรรคการเมืองที่มีศักยภาพในการบริหารและพัฒนา	44 (11.0%)	73 (18.3%)	199 (49.8%)	84 (21.0%)	0 (0.0%)	3.19	.893
6.เป็นพรรคการเมืองเก่าแก่	14 (3.5%)	118 (29.5%)	171 (42.8%)	88 (22.0%)	9 (2.3%)	3.89	.858
7.เป็นพรรคการเมืองที่เป็นที่รู้จักของประชาชน	40 (10.0%)	87 (21.8%)	175 (43.8%)	84 (21.0%)	14 (3.5%)	3.89	.882
ภาพรวม						3.72	.877

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารด้านพรรคที่สังกัด อยู่ในระดับมาก คือ เป็นพรรคการเมืองที่เป็นที่รู้จักของประชาชน และ เป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ เป็นพรรคการเมืองที่มีอุดมการณ์คุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

เป็นพรรคการเมืองที่ตนเองให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.82 เป็นพรรคการเมืองที่มีอิทธิพลและอำนาจกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เป็นพรรคการเมืองที่สมาชิกในพรรคมีความสามัคคีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และอยู่ในระดับปานกลาง คือ เป็นพรรคการเมืองที่มีศักยภาพในการบริหารและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ โดยภาพรวม

(n = 400)

ปัจจัยการเปิดรับสื่อ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อบุคคล เช่นญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน ห้วคะแนน เป็นต้น	217 (54.3%)	148 (37.0%)	20 (5.0%)	10 (2.5%)	5 (1.3%)	4.00	.666	มาก
2. สื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องกระจายเสียง	55 (13.8%)	169 (42.3%)	127 (31.8%)	43 (10.8%)	6 (1.5%)	4.06	.706	มาก
3. สื่อเฉพาะกิจ เช่น การปราศรัย เดินหาเสียงเคาะตามประตูบ้าน	78 (19.5%)	126 (31.5%)	138 (34.5%)	34 (8.5%)	24 (6.0%)	4.05	.653	มาก
4. สื่อใหม่ๆ เช่น Facebook line youtoue	67 (16.8%)	144 (36.0%)	134 (33.5%)	31 (7.8%)	24 (6.0%)	4.00	.557	มาก
ภาพรวม						4.02	.664	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อทุกวันๆ ละ 6 – 7 ชั่วโมง คือ สื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องกระจายเสียงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 สื่อเฉพาะกิจ เช่น การปราศรัย เดินหาเสียง เคาะตามประตูบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 สื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน หัวคะแนน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สื่อใหม่ๆ เช่น Facebook line YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ



4. ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficients) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่า P – value มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตัวแปรตาม การสื่อสารประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้านพรรคที่สังกัด

ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ลักษณะประชากร	การสื่อสารประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้านพรรคที่สังกัด			
	Pearson Correlation (r)	P – value	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
เพศ	-0.043	0.396	ต่ำมาก	ด้านลบ
อายุ	-0.020	0.686	ต่ำมาก	ด้านลบ
ระดับการศึกษา	0.009	0.854	ต่ำมาก	ด้านบวก
อาชีพ	-0.016	0.753	ต่ำมาก	ด้านลบ
รายได้	-0.028	0.579	ต่ำมาก	ด้านลบ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการทดสอบด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้านพรรคที่สังกัดกับลักษณะประชากร แยกพิจารณาได้ดังนี้

เพศ ได้ค่า r เท่ากับ -0.03 ตัวแปร เพศและปัจจัยการสื่อสารมีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.396 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นเพศกับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อายุ ได้ค่า r เท่ากับ -0.020 ตัวแปร เพศและปัจจัยการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.686 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอายุกับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ได้ค่า r เท่ากับ 0.009 ตัวแปร ระดับการศึกษาและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.854 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นระดับการศึกษากับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อาชีพ ได้ค่า r เท่ากับ -0.016 ตัวแปร อาชีพและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอาชีพกับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

รายได้ ได้ค่า r เท่ากับ -0.028 ตัวแปร รายได้และการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.579 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นรายได้กับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตัวแปรตาม การเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ๆ

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ลักษณะประชากร	การเปิดรับสื่อประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน ท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ			
	Pearson	P – value	ระดับ	ทิศทาง
	Correlation (r)		ความสัมพันธ์	
เพศ	-0.33	0.509	ต่ำ	ทางลบ
อายุ	0.028	0.557	ต่ำมาก	ทางบวก
ระดับการศึกษา	-0.044	0.378	ต่ำมาก	ทางลบ
อาชีพ	-0.042	0.397	ต่ำมาก	ทางลบ
รายได้	-0.029	0.568	ต่ำมาก	ทางลบ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการทดสอบด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับสื่อประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ กับ ลักษณะประชากร แยกพิจารณาได้ดังนี้

เพศ ได้ค่า r เท่ากับ -0.33 ตัวแปร เพศและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบใน ระดับต่ำค่า P-value เท่ากับ 0.509 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นเพศกับการ เปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อายุ ได้ค่า r เท่ากับ 0.028 ตัวแปร เพศและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางบวกใน ระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.557 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอายุกับ การเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ได้ค่า r เท่ากับ -0.044 ตัวแปร ระดับการศึกษาและการเปิดรับสื่อ มี ความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.378 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ดังนั้นระดับการศึกษากับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อาชีพ ได้ค่า r เท่ากับ -0.042 ตัวแปร อาชีพและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบ ในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.397 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอาชีพ กับ การเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

รายได้ ได้ค่า r เท่ากับ -0.029 ตัวแปร รายได้และการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบ ในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.568 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น รายได้กับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งเป็นการวิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบช่วงชั้น, บังเอิญเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงต้องอาศัยความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆของผู้ทำวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgment sampling รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 3 เทศบาลคือเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลตำบลวัดประดู่ เทศบาลตำบลขุนทะเล จำนวน 400 คน ในการวิจัยครั้งนี้

สำหรับการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficients) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ 95% จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่า P – value มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพศชาย จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 มีอายุระหว่าง 41 - 49 ปี จำนวน 118 คิดเป็นร้อยละ 29.4 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4

1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล

ปัจจัยการสื่อสารในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณสมบัติของตัวผู้สมัครมีผลมากที่สุดอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาได้แก่ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สื่อบุคคลที่มีอิทธิพล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครมีความเสียสละชอบช่วยเหลืองานส่วนรวม (เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.06 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เช่นสามารถในการคิดได้หลากหลายและแปลกใหม่จากเดิม (เป็นการส่งเสริมในการพัฒนาท้องถิ่น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีความเป็นผู้นำคือผู้ที่สามารถทำสิ่งต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีประสบการณ์การทำงาน และเป็นคนในพื้นที่นั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 มีความรู้ความสามารถเช่นการนำความรู้รอบตัวมาแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ (ทางด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เป็นผู้ที่มิบุคลิกภาพดีเช่นรูปร่างหน้าตาความคิดความตั้งใจความสุภาพอ่อนโยนซื่อสัตย์เชื่อถือได้เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมีการเดินหาเสียงโดยการเข้าไปพบปะประชาชนตามที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือมีป้ายประชาสัมพันธ์ในการหาเสียง

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 มีขอบเขตที่ใช้ในการหาเสียงตามจุดต่างๆ ที่ต้องการหาเสียงเลือกตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีการหาเสียงผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น เฟสบุ๊คไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีการจัดเวทีปราศรัยตามจุดต่างๆ เพื่อหาเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เดินแจกใบปลิวโดยทีมทำงานตามสถานที่ต่างๆ เช่น บ้านพักอาศัย ตลาด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารด้านพรรคที่สังกัดอยู่ในระดับมาก คือ เป็นพรรคการเมืองที่เป็นที่รู้จักของประชาชน และเป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ เป็นพรรคการเมืองที่มีอุดมการณ์คุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เป็นพรรคการเมืองที่ตนเองให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.82 เป็นพรรคการเมืองที่มีอิทธิพลและอำนาจกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เป็นพรรคการเมืองที่สมาชิกในพรรคมีความสามัคคีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และอยู่ในระดับปานกลาง คือ เป็นพรรคการเมืองที่มีศักยภาพในการบริหารและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

1.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อทุกวันๆ ละ 6 – 7 ชั่วโมง คือ สื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องกระจายเสียงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 สื่อเฉพาะกิจ เช่น การปราศรัย เดินหาเสียง เกาะตามประตูบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 สื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน หัวคะแนน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สื่อใหม่ๆ เช่น Facebook line YouTube มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

1.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.4.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ระหว่างปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลกับลักษณะประชากร แยกพิจารณาได้ดังนี้

เพศ ได้ค่า r เท่ากับ -0.03 ตัวแปร เพศและปัจจัยการสื่อสารมีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.396 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นเพศกับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อายุ ได้ค่า r เท่ากับ -0.020 ตัวแปร เพศและปัจจัยการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.686 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอายุกับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ได้ค่า r เท่ากับ 0.009 ตัวแปร ระดับการศึกษาและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.854 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นระดับการศึกษากับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อาชีพ ได้ค่า r เท่ากับ -0.016 ตัวแปร อาชีพและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอาชีพกับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

รายได้ ได้ค่า r เท่ากับ -0.028 ตัวแปร รายได้และการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.579 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นรายได้กับการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

1.4.2 สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับสื่อประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ กับลักษณะประชากร แยกพิจารณาได้ดังนี้

เพศ ได้ค่า r เท่ากับ -0.33 ตัวแปร เพศและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำค่า P-value เท่ากับ 0.509 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นเพศกับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อายุ ได้ค่า r เท่ากับ 0.028 ตัวแปร เพศและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก ค่า P-value เท่ากับ 0.557 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอายุกับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ได้ค่า r เท่ากับ -0.044 ตัวแปร ระดับการศึกษาและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.378 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นระดับการศึกษากับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

อาชีพ ได้ค่า r เท่ากับ -0.042 ตัวแปร อาชีพและการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.397 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นอาชีพกับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

รายได้ ได้ค่า r เท่ากับ -0.029 ตัวแปร รายได้และการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ทางลบในระดับต่ำมาก ค่า P -value เท่ากับ 0.568 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นรายได้กับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

2. อภิปรายผลการศึกษา

2.1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพล

ปัจจัยการสื่อสารในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารอยู่ในระดับ เห็นด้วยมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครมีผลมากที่สุดอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมลวรรณวรรณปลุก (2561) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร โดยรวมอยู่ในระดับมากจะเห็นได้ว่าตัวผู้สมัครเองมีผลต่อความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากว่าตัวบุคคลที่สมัครนั้นประชาชนส่วนใหญ่จะเห็นความรู้ความสามารถของผู้สมัคร โดยการสัมผัสและเห็นด้วยตาของตนเอง ดังนั้น คุณสมบัติของผู้สมัครจึงมีความสำคัญในด้านปัจจัยการสื่อสารที่สุด

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครมีความเสียสละชอบช่วยเหลืองานส่วนรวม (เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ขวัญหทัยแจ่มแจ้ง (2561) พบว่าคุณสมบัติของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับสูงโดยมีคือมีความซื่อสัตย์สุจริตชอบช่วยเหลืองานส่วนรวม นั้นหมายความว่า ในตัวคุณสมบัติของผู้สมัครเองสิ่งที่มีอิทธิพลกับกลุ่มตัวอย่างคือการทำงานของตัวเองที่มีความเสียสละช่วยเหลือประชาชนมากน้อยแค่ไหน เพราะประชาชนต้องการผู้นำที่ทำงานเพื่อส่วนรวมเห็นความสำคัญของประชาชนมากกว่าความสำคัญส่วนตัวของตนเอง เพราะการที่ประชาชนเลือกขึ้นมาเป็นผู้นำแล้วแสดงว่าประชาชนต้องมีความมั่นใจในตัวบุคคลนั้นๆ อยู่แล้ว

ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ด้านปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมีการเดินหาเสียงโดยการเข้าไปพบปะประชาชนตามที่พักอาศัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญหทัยแจ่มแจ้ง (2561) พบว่า การรณรงค์หาเสียง/กลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัครมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในสูงเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เดินหาเสียงเข้าถึงประชาชนอยู่ในลำดับที่ 1 ประชาชนส่วนใหญ่มองยังคงให้ความสำคัญกับการหาเสียงแบบพบปะประชาชน เนื่องจากว่าตัวผู้สมัครเองจะได้พบประชาชนที่ตนเองต้องดูแลแล้วประชาชนยังสามารถฝากปัญหาความทุกข์ที่ประชาชนเองอยากให้ผู้สมัครรับและนำไปแก้ไขให้กับประชาชน หากตัวผู้สมัครเองสามารถเข้าถึงประชาชนและทำตามที่ประชาชนแจ้งมาได้ก็มีโอกาสที่ประชาชนยังสามารถเลือกผู้สมัครรายนั้นได้อีกในอนาคต

ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดเป็นพรรคการเมืองที่สมาชิกในพรรคมีความสามัคคีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อยู่ในระดับมากซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมลวรรณ วรรณปลุก (2561) ด้านพรรคที่สังกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ เป็นพรรคการเมืองที่มีอุดมการณ์คุณธรรม และจริยธรรม เป็นพรรคการเมืองที่มีศักยภาพในการบริหารและพัฒนา

2.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับมาก คือ สื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน หัวคะแนน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริฐนันท์ ไทยานันท์ (2556) พบว่า ช่องทางการสื่อสาร (Channels) ใช้ช่องทางในการสื่อสารกับประชาชน 11 ช่องทาง คือ สื่อบุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจ สื่อ

ป้ายประกาศ สื่อกิจกรรมพื้นบ้าน สื่อการจัดประชุม สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรมพิเศษและสื่อประสม โดย ช่องทางการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จและมีบทบาทมากที่สุด คือ สื่อบุคคลตัวบุคคลยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมากไม่ว่าจะยุคปัจจุบันหรืออดีตเนื่องจากว่า ประชาชนส่วนใหญ่มักยังให้ความสำคัญกับญาติพี่น้อง พงศ์เพื่อน ในการดำรงชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการปรึกษาหารือ เรื่องอื่น ต่างก็ให้ความสำคัญกับคนใกล้ชิดตัวก่อนเป็นอันดับแรก

2.3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างกัน ผลการทดสอบระหว่างปัจจัยการสื่อสารประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัดปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลกับลักษณะประชากร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กับการปัจจัยการสื่อสารมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของขงยุทธพงษ์ศรี (2561) พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานีลักษณะประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการเลือกตั้งสมาชิก อาจเกิดจากทัศนคติของตัวบุคคลในการพิจารณาไม่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมรอบตัวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิก

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่างกันผลการทดสอบ ระหว่างการเปิดรับสื่อประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจและสื่อใหม่ๆกับลักษณะประชากร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กับการเปิดรับสื่อมีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชายวุฒิพิมลวิทยา (2559) พบว่า การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตสื่อโทรทัศน์สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุการทดสอบสมมติฐานเพศอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีส่วนการศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่พบงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกัน สาเหตุอาจเกิดจากการรับสื่อของบุคคลสามารถที่จะรับสื่อได้เท่าเทียมกันไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่ ในยุคปัจจุบันมีความเท่าเทียมกันในการรับสื่ออยู่แล้ว

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

3.1.1 อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งและผู้สมัครควรให้ความสำคัญคือ สื่อใหม่ๆที่กำลังเกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน เพราะสื่อต่างๆ เหล่านี้สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่า การเดินเข้าไปพบปะหรือการติดป้ายประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นในทางด้าน โซเชียลเน็ตเวิร์ก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ผู้สมัครควรหามาเป็นช่องทางหลักในการหาเสียงเลือกตั้ง

3.1.2 ผู้สมัครรับเลือกตั้งควรมีการศึกษาผลการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการของประชาชน เพื่อนำสิ่งเหล่านี้มาเป็นตัวกำหนดนโยบายให้ตรงตามความต้องการของประชาชนให้มากที่สุด เพื่อนำไปสู่ชัยชนะของการเลือกตั้ง

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 งานวิจัยนี้เลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มกลุ่มตัวอย่างในจุดที่สำคัญ โดยเพื่อให้รายละเอียดของข้อมูลในแต่ละกลุ่มกิจการมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในลักษณะนี้กับพื้นที่อื่นด้วย เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงในการหาเสียงการเลือกตั้งครั้งต่อไป

3.2.2 ควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการเจาะจงสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตามความเป็นจริง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุการณ์กับสภาพแวดล้อม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Insight) รายละเอียดและลึกซึ้งมากขึ้น จะได้นำมาเป็นนโยบายในการพัฒนาต่อไป

บรรณานุกรม

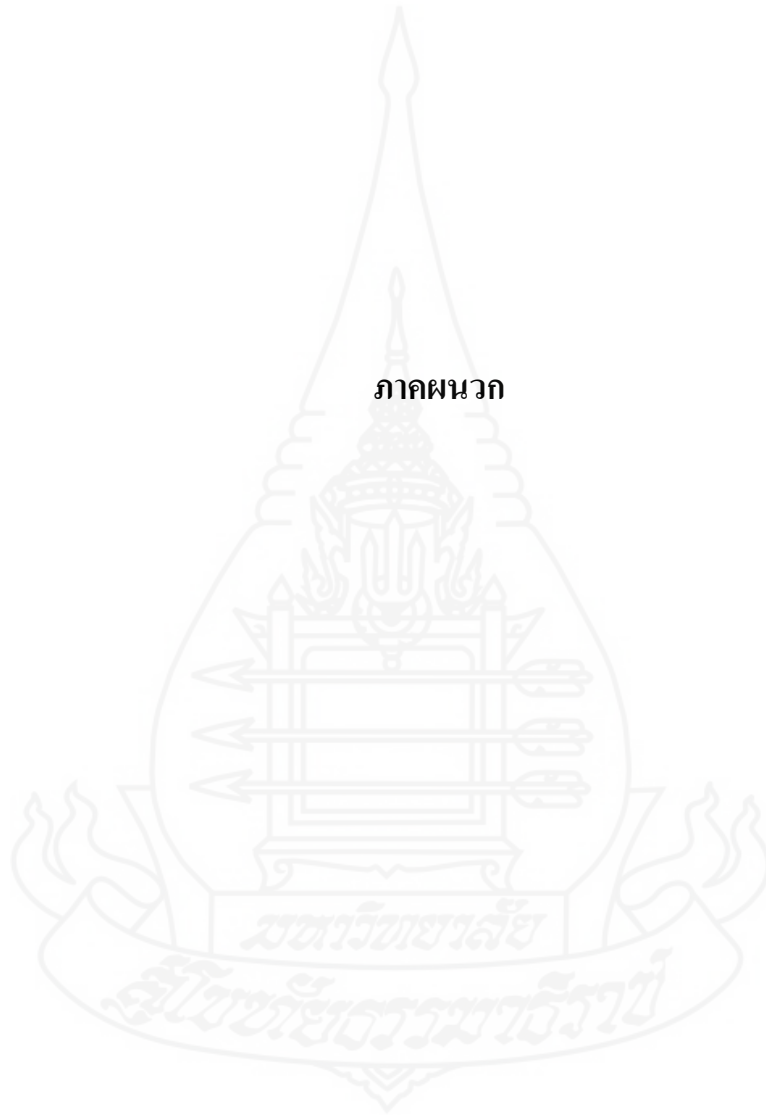


บรรณานุกรม

- กายกาญจน์ เสนแก้ว. (2561). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- เกศวลี ประสิทธิ์. (2563). การเปิดรับสื่อนวัตกรรมบริการผ่านแอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ขวัญหทัยแจ่มแจ้ง. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณอำเภอบ่อทองจังหวัดชลบุรี. (งานนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- จรรยา หยูทอง-แสงอุทัย. (2560). แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง MGR Online คอลัมน์คนคาบสมุทรมลายู สืบค้นจากเว็บ <https://mgronline.com/south/detail/9600000015392>
- ชนินทร ม □ ทอง. (2560). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองวารสารคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน) 2560 หน้า 163-175
- ธมลวรรณ วรรณปลุก. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี: ศึกษากรณีเทศบาลเมืองเขลางค์นคร อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. (การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ณพวีร์ ช้างมณฑพิสุทธ์. (2559). ทักษะคิของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด จันทบุรี: ศึกษาในห้วงเวลาปี พ.ศ.2559. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- วิเชียร ช่วยหนู. (2559). การสื่อสารทางการเมือง ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของนายชูวิทย์ กมลวิศิษฎ์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม 2559
- ประวัติเมืองสุราษฎร์ธานี. สืบค้นจาก <https://www.suratpao.go.th/frontpage> เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม

- ปิยะรัตน์ สนแจ้ง. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษากรณีประชาชนกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2562*. (การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ยุทธพร อิศรัชย์. (2561). เอกสารประกอบการสอน หน่วยที่ 8 แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง หน้า 8-5 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ขงยุทธ พงษ์ศรี. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี : ศึกษาในห้วงเวลา ปี พ.ศ. 2562*. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ศิริฐนันท์ ไทยานันท์. (2556). กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา: ศึกษา ในห้วงเวลาดังแต่ ปี พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ. 2554. ดุษฎีนิพนธ์ (ปร.ด. (สื่อสารการเมือง))--วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก
- สุจรรชัยจิรายมลพัทธ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี : ศึกษากรณีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรีจังหวัดสุพรรณบุรี* (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- สมชายวุฒิพิมลวิทยา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนนทบุรีจังหวัดนนทบุรี: ศึกษาในห้วงเวลาปี 2558*. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- Shaffee. The diffusion of political information, political communication. London: Sage .1975.
- Mcnair, Brian. An Introduction to Political Communication. New York: Routledge, 1999.
- Atkin, Charles K. (1973). New Model for Mass Communication Research. New York: The Free Press.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง ปักจัดการสื่อสารและการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการหาเสียงเลือกตั้ง
นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นการสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบข้อมูลเกี่ยวกับปักจัดการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งการประเมินส่วนนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปักจัดการสื่อสารประกอบด้วย ปักจัดด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัครปักจัดในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปักจัดด้านพรรคที่สังกัด
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจสื่อใหม่ๆ
4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องแบบสอบถามที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง	<input type="checkbox"/> ไม่ระบุ
------------------------------	-------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20 – 29 ปี	<input type="checkbox"/> 30 – 39 ปี
<input type="checkbox"/> 40 – 49 ปี	<input type="checkbox"/> 50 ปีขึ้นไป	
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี
---	------------------------------------	---
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา
<input type="checkbox"/> เกษตรกร
<input type="checkbox"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> รับราชการ/ลูกจ้างราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

- รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท
ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน
อื่นๆ ระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท
30,001-40,000 บาท มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็น ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (5 = เห็นด้วยมากที่สุด , 4 = เห็นด้วยมาก , 3 = เห็นด้วยปานกลาง , 2 = เห็นด้วยน้อย , 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ปัจจัยการสื่อสาร	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร					
1. มีความรู้ความสามารถเช่นการนำความรู้รอบตัวมาแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ (ทางด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น)					
2. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เช่นสามารถในการคิดได้หลากหลายและแปลกใหม่จากเดิม (เป็นการส่งเสริมในการพัฒนาท้องถิ่น)					
3. มีความเสียสละช่วยเหลืองานส่วนรวม (เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว)					
4. ความเป็นผู้นำคือผู้ที่สามารถทำสิ่งต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ					
5. เป็นผู้ที่มิบุคคลิกภาพดีเช่นรูปร่างหน้าตาความคิดความตั้งใจความสุภาพอ่อนโยนซื่อสัตย์เชื่อถือได้เป็นต้น					
6. มีประสบการณ์การทำงาน และเป็นคนในพื้นที่นั้นๆ					

ปัจจัยการสื่อสาร	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง					
1.มีการเดินหาเสียงโดยการเข้าไปพบปะประชาชนตามที่พักอาศัย					
2.เดินแจกใบปลิวโดยทีมงานตามสถานที่ต่างๆ เช่น บ้านพักอาศัย ตลาด เป็นต้น					
3.มีป้ายประชาสัมพันธ์ในการหาเสียง					
4.มีขบวนรถที่ใช้ในการหาเสียงตามจุดต่างๆ ที่ต้องการหาเสียงเลือกตั้ง					
5.มีการจัดเวทีปราศรัยตามจุดต่างๆเพื่อหาเสียง					
6.มีการหาเสียงผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น เฟสบุค ไลน์					
ปัจจัยด้านพรรคที่สังกัด					
1.เป็นพรรคการเมืองที่ตนเองให้ความสนใจ					
2.เป็นพรรคการเมืองที่มีอุดมการณ์คุณธรรม และจริยธรรม					
3.เป็นพรรคการเมืองที่มีอิทธิพลและอำนาจกว้างขวาง					
4.เป็นพรรคการเมืองที่สมาชิกในพรรคมีความสามัคคี					
5.เป็นพรรคการเมืองที่มีศักยภาพในการบริหารและพัฒนา					
6.เป็นพรรคการเมืองเก่าแก่					
7.เป็นพรรคการเมืองที่เป็นที่รู้จักของประชาชน					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจสื่อใหม่ๆ

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชนท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจสื่อใหม่ๆ มากหรือ น้อยเพียงใดโปรดทำเครื่องหมาย✓ ในช่องระดับการเปิดรับสื่อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด 5= มากที่สุด (เปิดรับทุกวันๆ ละ 8 - 10 ชั่วโมง), 4 = มาก (เปิดรับทุกวันๆ ละ 6 - 7 ชั่วโมง), 3 = ปานกลาง (เปิดรับทุกวันๆละ 4 - 5 ชั่วโมง) 2 = น้อย (เปิดรับทุกวันๆละ 2 - 3 ชั่วโมง), 1 = น้อยที่สุด (เปิดรับเป็นครั้งคราวครั้งละไม่เกิน 30 นาที)

การเปิดรับสื่อ	ระดับการเปิดรับสื่อ				
	5	4	3	2	1
1. สื่อบุคคลเช่นญาติพี่น้องเพื่อนบ้าน ห้วคณะเนน เป็นต้น					
2. สื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องกระจายเสียง					
3. สื่อเฉพาะกิจ เช่น การปราศรัย เดินหาเสียง เกาะตามประตูบ้าน					
4.สื่อใหม่ๆ เช่น Facebook line YouTube					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
ที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายกฤษฎา ปานบำรุง
วัน เดือน ปี เกิด	10 เมษายน 2521
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี - สาขาวิชาเอก วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมไฟฟ้า) - สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
ที่อยู่	173/4 หมู่ที่ 6 ถ.เลี้ยวเมือง ต.มะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โทรศัพท์ 0639296645 E-mail info@cctv.co.th
สถานที่ทำงาน	ที่ทำงาน บริษัท ซีซีทีวี (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 143 ถนนสวนสยาม แขวงคันทนา ยาว เขตคันทนา ยาว กรุงเทพฯ 10230
ตำแหน่งปัจจุบัน	ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัท ซีซีทีวีประเทศไทย
ประสบการณ์การทำงาน	ปี พ.ศ.2551 ก่อตั้ง “บริษัท ซีซีทีวี (ประเทศไทย) จำกัด” เพื่อประกอบธุรกิจ ด้านรักษาความปลอดภัย โดยบริษัทเป็นผู้นำเข้าและติดตั้งระบบ กล้องวงจรปิด ปี พ.ศ.2555 ได้รับความไว้วางใจจากฝ่ายระบบรักษาความปลอดภัย บริษัทโรเบิร์ต บ็อช จำกัด (ประเทศเยอรมัน) ให้ทำหน้าที่กระจาย สินค้ากลุ่มระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดอย่างเป็นทางการ โดยถูกแต่งตั้งให้เป็น Authorized Distributor Bosch Germany และ ยังได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ต่างๆ