

การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.)
สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

Voters' Decisions in the Bangkok Metropolitan Councilor (BMC) Election from
Pheu Thai Party in 2022

แสงจันทร์ ทองนาค¹ ยุวัฒน์ วุฒิเมธี²

Sangchan Tongnak, Yuwat Vuthimedhi

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัคร ส.ก.ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565 และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการใช้สิทธิในการเลือกตั้ง ส.ก. งานวิจัยนี้เป็นการเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน กรุงเทพมหานครในพื้นที่ เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า 1) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัคร ส.ก.ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัคร ส.ก.ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565พบว่า ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3) ข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการใช้สิทธิในการเลือกตั้ง ส.ก. ได้แก่ การใช้สื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์การเลือกตั้ง และผู้สมัครจำเป็นต้องมีการเลือกใช้ประเภทของสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในการเลือกตั้ง

คำสำคัญ (Keywords) : การตัดสินใจในการเลือกตั้ง; สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร; พรรคเพื่อไทย

Received: 2022-12-01 Revised: 2022-12-14 Accepted: 2022-12-17

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม Student of Master of Political Science Program, Siam University. E-mail: stangia@hotmail.com

² อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม Lecturer of Graduate School of Political Science, Siam University. E-mail: polsiamsu10@gmail.com

Abstract

The research's objectives were: 1) to compare personal factors and voters' decisions in the Bangkok Metropolitan Councilor (BMC) election from Pheu Thai Party in 2022; 2) to study factors related to voters' decisions in the Bangkok Metropolitan Councilor (BMC) election from Pheu Thai Party in 2022; and 3) to suggest ways to promote the exercise of the rights in BMC election. The research employed a quantitative research methodology. The population and the sample were residents with their names in the Bangkok household registration in Bangkok, Wang Thonglang, Dusit and Thonburi districts, and aged 18 years old and over. The research utilized an accidental sampling method to collect a sample of 400 members. A research tool was questionnaires. The result showed as followed. 1) The differences in sex and economic status were related to difference in the voters' decisions in the BMC election from Pheu Thai Party in 2022 at the statistical level of significance of 0.00, according to the assumptions, while age and occupation factors were not related to difference in voters' decisions in the BMC election from Pheu Thai Party in 2022 at the statistical level of significance of .05, not according to the assumptions. 2) The environmental factors, including political communication and marketing, were correlated with the BMC election decision of Pheu Thai Party in 2022 at the statistical significance level of 0.00, in accordance with the assumptions. 3) It was necessary for candidates to use appropriate media for election campaigns and target voters in the election.

Keywords: voting decision; Bangkok Metropolitan councilors; Pheu Thai Party

บทนำ (Introduction)

การจัดการเลือกตั้ง (Election) ถือเป็นขั้นตอนสำคัญประการหนึ่งของกระบวนการทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นกระบวนการคัดกรองทางการเมืองเพื่อคัดสรรบุคคลเข้าเป็นตัวแทน (Representative) ในระบบประชาธิปไตยทางอ้อม (Indirect Democracy) ที่ตัวแทนหรือผู้แทนจะเข้าทำหน้าที่แทนประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในสภา ซึ่งเป็นการแสดงบทบาทที่สำคัญของฝ่ายนิติบัญญัติ (Legislative) ดังพบว่า บทบาทของฝ่ายนิติบัญญัติทั้งในระบบรัฐสภา (Parliament) และประธานาธิบดี (President) ถือเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการทางการเมืองแบบประชาธิปไตย เนื่องจากมีบทบาทในการออกกฎหมาย (Initiative laws) ไปพร้อมๆ กับบทบาทการตรวจสอบการทำงานของฝ่ายรัฐบาล (Monitor) เพื่อให้ระบบการเมืองโดยรวมเกิดความโปร่งใส (Transparency) ซึ่งบทบาทเหล่านี้เป็นเรื่องพื้นฐานทางการเมืองที่ผู้แทนที่ได้รับเลือกตั้งจะต้องทำหน้าที่แทนประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาถึงระบบการเมืองไทยตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมาย่อมเห็นว่า โครงสร้างทางการเมืองระดับชาตินั้นมีรูปแบบการปกครองในระบบรัฐสภาแบบประเทศอังกฤษ ขณะที่การปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยกลับมีรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นแบบประธานาธิบดีแบบสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการได้มาซึ่งผู้นำรัฐบาลและอำนาจในการปกครองที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กลับพบว่าบทบาทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกสภาท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล เมือง

พญา และกรุงเทพมหานคร ต่างก็ทำหน้าที่ในลักษณะเดียวกันคือการออกกฎหมายการตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหารที่ได้รับการเลือกตั้งเข้ามา

นอกจากนี้ยังพบว่า การคัดสรรบุคคลเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่สำคัญต่อระบบการเมืองอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการเมืองในระดับท้องถิ่นซึ่งเป็นรูปแบบพิเศษอย่างกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในหลายประการ อาทิ การเป็นเมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งการเป็นมหานครขนาดใหญ่ที่มีปัญหาหลากหลายรูปแบบ จึงเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่ต้องการตัวแทนทางการเมืองที่มีความพร้อมในหลายด้านเพื่อเข้าไปมีบทบาทในการทำงานเพื่อประชาชน

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในการส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ก.จึงกลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับพรรคการเมืองและว่าที่ผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในกรุงเทพมหานครที่จะใช้การแข่งขันการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นนี้เป็นฐานทางการเมืองต่อไปในอนาคต จึงเห็นได้ว่าในส่วนของการพรรคการเมืองทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ต่างมีการส่งผู้สมัครในนามพรรคนั้นๆ ในการเลือกตั้ง ส.ก.เป็นจำนวนมาก โดยรวมถึงพรรคเพื่อไทยซึ่งถือว่าเป็นพรรคการเมืองที่มีพัฒนาการทางการเมืองและเคยมีฐานส.ก.มาแล้วหลายสมัยทั้งที่อยู่ในนามพรรคไทยรักไทย พรรคพลังประชาชน และพรรคเพื่อไทยในปัจจุบัน

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565” นี้ จึงมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ซึ่งย่อมนำไปสู่การวางแผนทางการตลาดทางการเมืองเพื่อใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งระดับต่างๆ ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research objectives)

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Method)

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565” นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว และปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง รวมถึง ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มีชื่ออยู่ในเขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี จำนวน 476,186 คน

กลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่พบเจอในเขตพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 400 คน ทั้งนี้ การศึกษานี้มีพื้นที่ในการศึกษา ซึ่งมาจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลาก (Lottery Sampling) จากรายชื่อเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมดตามจำนวนเขตที่กำหนดไว้ จำนวน 4 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

พฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่พฤษภาคม - กรกฎาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมาจากสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลาก (Lottery Sampling) จากรายชื่อเขตในกรุงเทพมหานคร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Moment Product Correlation)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565” สามารถประมวลผลการวิจัย ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 มีปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

ด้านเพศส่วนใหญ่เป็น ชาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 ด้านอายุ ส่วนใหญ่เป็น กลุ่ม 18-30 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็น กลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว (รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ส่วนใหญ่เป็น กลุ่ม 20,001-40,000 บาท จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ กลุ่มไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ปัจจัยแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D.=0.44) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D.=0.84) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยการตลาดทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, S.D.=0.57)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 0.43) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ด้านความนิยมในพรรคการเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.50) รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณสมบัติตัวผู้สมัคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D.=0.53)

ระดับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 0.43) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ด้านความนิยมในพรรคการเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.50) รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณสมบัติตัวผู้สมัคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D.=0.53)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อจำแนกรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.

2565 ในระดับปานกลาง ($r = 0.399$) และระดับต่ำ ($r = -.141$) ตามลำดับ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย ผลการศึกษา พบว่า การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเลือกตั้ง ส.ก. จำเป็นต้องมีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์การเลือกตั้ง และการลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นส.ก.นั้น ผู้สมัครควรสังกัดพรรคการเมืองที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างฐานคะแนนเสียง จึงจะมีโอกาสได้เปรียบผู้สมัครที่ไม่สังกัดพรรคการเมือง

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้ช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดทางการเมืองในกระบวนการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น (McNair, 2003) ซึ่งสะท้อนให้เห็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 อันเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผนการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว (2534: 157) และ Newman (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมกับอิทธิพลที่มีผลต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีความสนใจทางการเมืองน้อย จะตัดสินใจโดยไม่อิงกับประเด็นนโยบายทางการเมือง ด้านการชักจูงโน้มน้าวและอำิสสินจ้างจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชยา เคล้าดี และคณะ (2564: 259-272) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” พบว่า เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนทุกวิถีทางในการลงคะแนนเสียงเลือกสภาผู้แทนราษฎร อายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้สิทธิเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร เฉพาะเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ลักษณะของหัวหน้าพรรคการเมือง สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สิทธิเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎรทุกประการ

ปัจจัยแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ จูดีรัตน์ จันทิมพะ (2547) ที่สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจุบันมีเครื่องมือในสื่อสารการตลาดเพื่อการเมือง ประกอบไปด้วย สิ่งที่อยู่ในส่วนประสมทางการตลาดอยู่มากมาย อาทิ การโฆษณา (Advertising) เช่น สปอตการโฆษณาทางสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณากลางแจ้งและสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาอื่นๆ เช่น ป้ายผ้า ธง แผ่นพับสติ๊กเกอร์ บัตรแนะนำตัว การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ได้แก่ ข่าวของผู้สมัครทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ การสัมภาษณ์ผู้สมัครในรายการโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การใช้สื่อบุคคล (Personal Selling) ได้แก่ การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครในสถานที่ต่างๆ การเข้าไปแนะนำตัวในพื้นที่ การเข้าร่วมแสดงวิสัยทัศน์และนโยบายที่จัดโดยองค์กรต่างๆ และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เช่น การส่งสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์ไปถึงประชาชน เช่น จดหมายแนะนำตัวผู้สมัคร บัตรอวยพรเทศกาลต่างๆ เอกสาร

อื่นๆ เช่น ประวัติพรรค นโยบายพรรค ใบสมัครสมาชิก เป็นต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย มีสุข (2561: 47-55) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยอันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาเฉพาะผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1” พบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีรายได้ต่ำมีส่วนร่วมในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยามากกว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีรายได้สูง แตกต่างจาก เอมวดี กาฬภักดี และ ประกิต กันยาบาล (2560: 115-131) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2557” พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งสูง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าตัวแปรทางด้านอาชีพ และ ภาพรวมของการเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ไม่มีผลต่อการเลือกตั้ง

ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ในระดับปานกลาง ($r = 0.399$) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Almond and Coleman (1960: 145) ซึ่งเห็นว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไปในระบบการเมือง ซึ่งเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายของระบบการเมือง และเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ทางการเมือง การสร้างเครือข่ายผลประโยชน์ การผสานประโยชน์ การออกกฎหมาย การประยุกต์ใช้กฎหมาย และการปรับเปลี่ยนกฎหมายต่างๆ ที่ล้วนแล้วดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในกระบวนการนี้ (ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร, 2564: 24) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย มีสุข (2561: 47-55) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยอันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาเฉพาะผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1” พบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากมีส่วนร่วมในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยามากกว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า มีความสัมพันธ์กับการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

ปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ในระดับต่ำ ($r = -0.141$) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ปฐมาพร เนตินันท์ (2564) ที่เห็นว่า การตลาดทางการเมือง (Political Marketing) จึงมีนัยหมายถึง ลักษณะองค์กรทางการเมือง อาทิ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ องค์การการปกครองท้องถิ่น ได้นำเอาแนวคิดและเทคนิคทางการตลาดขององค์กรธุรกิจเข้ามาประยุกต์ใช้ในการค้นหาความต้องการของประชาชน การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน รวมทั้งการสื่อสารเพื่อนำเสนอ “ผลิตภัณฑ์” อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเมือง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทอดศักดิ์ ไปจันทิก และคณะ (2563: 59-78) ศึกษาเรื่อง “การแข่งขันและปัจจัยที่มีผลต่อชัยชนะการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย” พบว่า งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และความสัมพันธระหว่างนักการเมืองและพรรคการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลยระหว่างวันที่ 24 มีนาคม 2562 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและโดยวิธีการสัมภาษณ์ทั้งจากผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร, นักการเมืองท้องถิ่น หัวหน้าชน ผู้นำชุมชน ตลอดจนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วไป ผลการวิจัย พบว่า การแข่งขันทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย เป็นการ “ขับเคี่ยว” ระหว่างสาม

พรรคการเมือง ได้แก่ พรรคเพื่อไทย พรรคภูมิใจไทย และพรรคพลังประชารัฐ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับเลือกตั้ง คือ การสังกัดพรรคการเมืองที่นิยมของชาวอีสาน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ประการแรก การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเลือกตั้ง ส.ก. จำเป็นต้องมีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์การเลือกตั้ง

ประการที่สอง การลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นส.ก.นั้น ผู้สมัครควรสังกัดพรรคการเมืองที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างฐานคะแนนเสียง จึงจะมีโอกาสได้เปรียบผู้สมัครที่ไม่สังกัดพรรคการเมือง

ประการที่สาม ผู้สมัครจำเป็นต้องมีการเลือกใช้ประเภทของสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นฐานคะแนนเสียงในการเลือกตั้ง

ประการที่สี่ พรรคการเมืองจำเป็นต้องให้การสนับสนุนผู้สมัครในนามของพรรคอย่างใกล้ชิด เพื่อช่วยให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเกิดความมั่นใจในตัวแทนของพรรคที่เป็นผู้สมัครมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ประการแรก การวิจัยนี้เน้นศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว เท่านั้น จึงควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย ได้แก่ สถานภาพสมรส ความสนใจทางการเมือง และประเภทสื่อที่สนใจ เป็นต้น

ประการที่สอง การวิจัยนี้เน้นการศึกษา ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง เท่านั้น จึงควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย ได้แก่ การเรียนรู้ทางการเมือง ความเห็นทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นต้น

ประการที่สาม การศึกษานี้เน้นการศึกษาเฉพาะพรรคเพื่อไทยเท่านั้น จึงควรศึกษาพรรคการเมืองอื่นๆ ด้วย เช่น พรรคประชาธิปัตย์ พรรคประชาธิปัตย์ พรรคประชาธิปัตย์ พรรคก้าวไกล เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จิรัชยา เกล้าดี และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 15(41): 259-272.
- ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร. (2564). การตลาดทางการเมือง. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฐิติรัตน์ จันทิมพะ. (2547). การสื่อสารการตลาดที่มีต่อภาพลักษณ์ของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เทอดศักดิ์ ไปจันทิก และคณะ. (2563). การแข่งขันและปัจจัยที่มีผลต่อชัยชนะการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า*. 18(3): 59-78.
- ปฐมาพร เนตินันท์. (2564). การตลาดเพื่อการเมืองกับประชาธิปไตยในยุคมวลชน: ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/may_july2010/pdf/page86.pdf. สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน 2564.

- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2534). การเลือกตั้งกับการพัฒนาทางการเมือง ในเอกสารการสอนชุดวิชาปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาทางการเมืองไทย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิชัย มีสุข. (2561). ปัจจัยอันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาล เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาเฉพาะผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 1(1): 47-55.
- เอมวดี กาฬภักดี และประกิต กันยาบาล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2557. วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 4(1): 115-131.
- Almond, Gabriel A. and Coleman, James S. (1960) *The Politics of the Developing Areas*. Princeton: Princeton University Press.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. New York, NY: Routledge.
- Newman, B. I. (1999). *The Mass Marketing of Political Democracy in The Age of Manufactured Images*. London: Sage.

