

การรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชน ในจังหวัดนครราชสีมา



LOCAL ELECTION PERCEPTION FROM MEDIAS OF PEOPLE IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

ศุภรัตน์ กรมขุนทด

SUPARAT KROMKUNTHOD

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมาและเพื่อศึกษาการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเภทของสื่อ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.995 จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง (51.7 %) อายุ 26-35 ปี (33.3%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (36.7%) และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (29.2 %) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อทั้ง 6 สื่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย เป็นสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อสมัยใหม่ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ และเมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อพบว่า 1) สื่อบุคคลมีการรับรู้จากผู้นำชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือบุคคลในครอบครัว รองลงมาคือเพื่อนน้อยที่สุดคือห้วคะแนน 2) สื่อสิ่งพิมพ์เป็นการรับรู้จากโปสเตอร์มากที่สุด รองลงมาคือแผ่นพับ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ น้อยที่สุดคือใบปลิว 3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการรับรู้จากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ รองลงมาคือเทปบันทึกเสียง น้อยที่สุดคือหนังสือ 4) สื่อสมัยใหม่ เป็นการรับรู้จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ SMS และน้อยที่สุดคือ LINE 5) สื่อกิจกรรมเป็นการรับรู้จากการแถลงข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ การปราศรัย และน้อยที่สุดคือการชุมนุม 6) สื่อเฉพาะกิจ เป็นการรับรู้จากป้ายโฆษณากลางแจ้งมากที่สุด รองลงมาคือรถแห่ และน้อยที่สุดคือสติ๊กเกอร์

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate Media perception of people for local election in Nakhon Ratchasima province and how voter receive election's information divided from each type of media. Using questionnaire to collecting data found reliability level at 0.995 from random group of 400 voters using Multi stage sampling method found mostly female 51.7%, Age between 26-35 years old 33.3%, Bachelor degree 36.7% and working in Government and Government Enterprises 29.2% Statistic used in data evaluation were percentage ,mean and standard deviation The results of the study Media perception in Local election of people in Nakhon Ratchasima province providing from 6 types of media overall was moderate, Voter received from individual media the most then from specific media , electronic media , activity media and the last one from modern media as when considering by each type found that 1) Individual Media Voters perceived information from Leader of their community the most and then from their family members , friends and the election canvasser was lowest. 2) Printing Media Voters perceived from Advertised poster the most and then flap and then Newspaper and the handbill was lowest. 3) Electronics Media Voters perceived from Television the most and then radio ,tape recording and short film was lowest 4) Modern Media Voters perceived from Internet the most and then SMS and Line was lowest. 5) Activity Media Voters perceived from Media conference the most and then public speech and Political rally was lowest. 6) Specific media Voters perceived from Outdoor media the most and then advertising truck and sticker as lowest.

บทนำ

การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมที่ช่วยบำรุงรักษาประชาธิปไตย เพราะการเลือกตั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง และเป็นการแสดงออกซึ่งเจตจำนงของประชาชนในการปกครองประเทศ การเลือกตั้งจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในประเทศที่ปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นการเลือกบุคคลตามความต้องการสู่กระบวนการทางการเมือง สร้างความชอบธรรมทางการเมือง โดยการเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถได้เข้าไปทำงานทางการเมือง (มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553 : 231) เพราะการเลือกตั้งเป็นหน้าที่ของประชาชนได้แสดงออกถึงเจตจำนงของประชาชนในการปกครองประเทศ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552 : 1)

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย และมีประชากรมากเป็นอันดับ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ (สารานุกรมเสรี, 2556 : 1) แบ่งการปกครองออกเป็น 32

อำเภอ 289 ตำบล 3,743 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 เทศบาลนคร 4 เทศบาลเมือง 84 เทศบาลตำบล และ 244 องค์การบริหารส่วนตำบล รวมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสิ้น 334 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดนครราชสีมา, 2556 : 1) ข้อมูลจากศูนย์บริหารการทะเบียนภาค 3 ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 รายงานว่ามีจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น จำนวน 1,994,802 คน จำนวนเพิ่มมากขึ้นจากปี 2555 ซึ่งมีอยู่ 1,937,518 คน แสดงว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีจำนวนมากขึ้น

ปัจจุบันนี้มีการพัฒนาสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมามากขึ้น การศึกษาการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมาครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยว

กับการใช้สิทธิเลือกตั้งที่เหมาะสมกับประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งการเพิ่มความตระหนักถึงความสำคัญของการปกครองส่วนท้องถิ่น ทำให้การรณรงค์เชิญชวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยในการสร้างพลังชุมชนให้เข้มแข็งในการป้องกันการซื้อสิทธิ ขยายเสียง และเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะเผยแพร่ความรู้ และให้การศึกษาแก่ประชาชน เกี่ยวกับการพัฒนาการเมืองและการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเภทของสื่อ

ประโยชน์ของการวิจัย

ได้ทราบการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมาจำแนกตามประเภทของสื่อซึ่งจะเป็นข้อมูลและสารสนเทศสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่นที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 รายชื่ออำเภอและตำบลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ชั้น	รายชื่ออำเภอ	รายชื่อตำบล	รายชื่อหมู่บ้าน
พิเศษ	เมือง	บ้านเกาะ	หมู่ 1
พิเศษ	เมือง	หัวทะเล	หมู่ 3
1	ด่านขุนทด	ด่านขุนทด	หมู่ 1
1	ปากช่อง	โป่งตาลอง	หมู่ 5
2	ครบุรี	จระเข้หิน	หมู่ 2
2	สูงเนิน	มะเกลือเก่า	หมู่ 1
3	วังน้ำเขียว	ไทยสามัคคี	หมู่ 5
3	เสิงสาง	เสิงสาง	หมู่ 1
4	ขามทะเลสอ	ขามทะเลสอ	หมู่ 1
4	พระทองคำ	พังเทียม	หมู่ 1
รวม	9 อำเภอ	10 ตำบล	10 หมู่บ้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และมีรายชื่อในบัญชีผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 1,994,802 คน จาก 32 อำเภอ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ซึ่งเป็นสถิติจากศูนย์บริหารการทะเบียน ภาค 3)

1.2 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Taro Yamane ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 จับสลากสุ่มอำเภอจากชั้นของอำเภอในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ชั้นๆ ละ 2 อำเภอ คือ ชั้นพิเศษ ชั้น 1 ชั้น 2 ชั้น 3 และ ชั้น 4 ยกเว้นชั้นพิเศษซึ่งมีอำเภอเมืองเพียงอำเภอเดียว รวมเป็น 9 อำเภอ

ขั้นที่ 2 จับสลากสุ่มตำบลมาจาก 9 อำเภอที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง อำเภอละ 1 ตำบล ยกเว้นอำเภอเมือง จับสลากมา 2 ตำบล จะได้ตำบลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 10 ตำบล

ขั้นที่ 3 จับสลากสุ่มหมู่บ้านจากตำบลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตำบลละ 1 หมู่บ้านจะได้รายชื่ออำเภอ ตำบล และหมู่บ้านดังตารางที่ 1

ขั้นที่ 4 คำนวณขนาดตัวอย่างแบบสัดส่วน จาก 10 หมู่บ้าน แล้วเลือกตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบบังเอิญให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ผ่านการประเมินความเที่ยงตรงในเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทุกข้อได้ค่า IOC=1.00 และได้นำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการหาค่า สัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .995

3. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ขอให้มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาทำหนังสือราชการถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นตัวอย่างเพื่อขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยนำเครื่องมือการวิจัย(แบบสอบถาม) ไปเก็บข้อมูลในพื้นที่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง กรณีที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่สะดวกที่จะอ่านแบบสอบถามด้วยตนเอง จะดำเนินการอ่านแบบสอบถามและกรอกแบบสอบถามตามคำตอบที่ได้รับ ส่วนผู้ที่อ่านหนังสือได้ให้ดำเนินการกรอกข้อมูลเอง โดยผู้วิจัยรื้อแบบสอบถามกลับคืนและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยตัวเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทาง Computer ในการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้สถิติแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิ

เลือกตั้ง โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามคะแนน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง รับรู้ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง รับรู้ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง รับรู้ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง รับรู้ในระดับน้อย

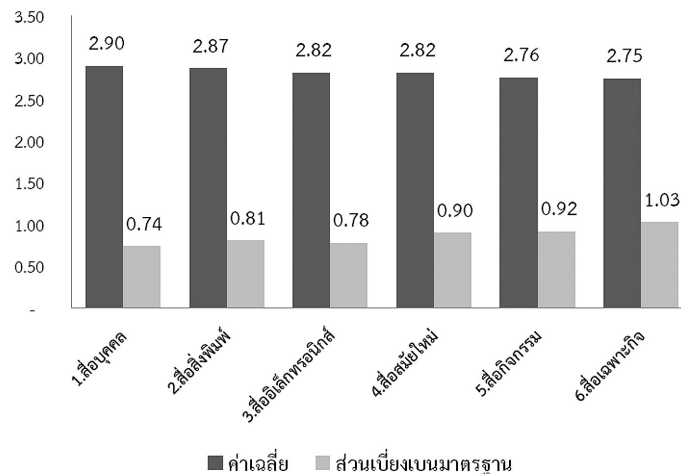
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง รับรู้ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.7 มีอายุ 26-35 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 33.3) การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 36.7) และมืออาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด (ร้อยละ 29.2) วิเคราะห์ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา

1.1 การรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ในภาพรวมจากสื่อ 6 ประเภท อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่น

จากภาพที่ 1 แสดงว่าการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนเป็นการรับรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุด ($\bar{X}=2.90$, $S.D.=0.74$) รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ ($\bar{X}=2.87$, $S.D.=0.81$) และสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X}=2.82$, $S.D.=0.78$) สื่อที่รับรู้น้อยที่สุดคือสื่อสมัยใหม่ ($\bar{X}=3.30$, $S.D.=1.07$)

1.2 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อของการรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชน พบว่ามีสื่อที่สามารถทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุดจำแนกตามประเภทของสื่อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ในแต่ละข้อดังนี้

1.2.1 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งเขตเลือกตั้งท้องถิ่น ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ($\bar{X}=3.43$, $S.D.=1.15$) โทรทัศน์ ($\bar{X}=3.41$, $S.D.=1.25$) และอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.23$, $S.D.=1.33$)

1.2.2 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดหน่วยเลือกตั้งและที่เลือกตั้ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.45$, $S.D.=1.32$) โทรทัศน์ ($\bar{X}=3.26$, $S.D.=1.18$) และผู้นำชุมชน ($\bar{X}=2.75$, $S.D.=1.03$)

1.2.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้งในการควบคุมและจัดให้มีการเลือกตั้ง, การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการประจำองค์รปกครองส่วนท้องถิ่น และคณะกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.42$, $S.D.=1.35$) โทรทัศน์ ($\bar{X}=3.37$, $S.D.=1.29$) และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ($\bar{X}=3.20$, $S.D.=1.07$)

1.2.4 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติและลักษณะต้องห้ามของผู้มีสิทธิสมัครรับเลือกตั้ง และผู้มีสิทธิเลือกตั้งท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน ($\bar{X}=3.30$, $S.D.=1.07$) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ($\bar{X}=3.20$, $S.D.=1.09$) และอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.18$, $S.D.=1.23$)

1.2.5 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเสียสิทธิกรณีไม่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง และการแจ้งเหตุที่ไม่อาจไปใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่น ได้แก่ โทรทัศน์ ($\bar{X}=3.29$, $S.D.=1.32$) ผู้นำชุมชน ($\bar{X}=3.21$, $S.D.=1.01$) และอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.12$, $S.D.=1.34$)

1.2.6 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการตรวจสอบบัญชีรายชื่อการเพิ่มและถอนชื่อในบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ได้แก่ โทรทัศน์ ($\bar{X}=3.48$, $S.D.=1.74$) ผู้นำชุมชน ($\bar{X}=3.14$, $S.D.=1.07$) และอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.11$, $S.D.=1.35$)

1.2.7 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งตัวแทนผู้สมัครไปประจำอยู่ ณ ที่เลือกตั้ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.45$, $S.D.=1.27$) ผู้นำชุมชน ($\bar{X}=3.39$, $S.D.=1.20$) และโทรทัศน์ ($\bar{X}=3.20$, $S.D.=1.29$)

1.2.8 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดจำนวนเงินค่าใช้จ่ายและการยื่นบัญชีค่าใช้จ่ายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.23$, $S.D.=1.32$) โทรทัศน์ ($\bar{X}=3.20$, $S.D.=1.30$) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ($\bar{X}=3.08$, $S.D.=1.04$) และสติ๊กเกอร์ ($\bar{X}=3.08$, $S.D.=2.95$)

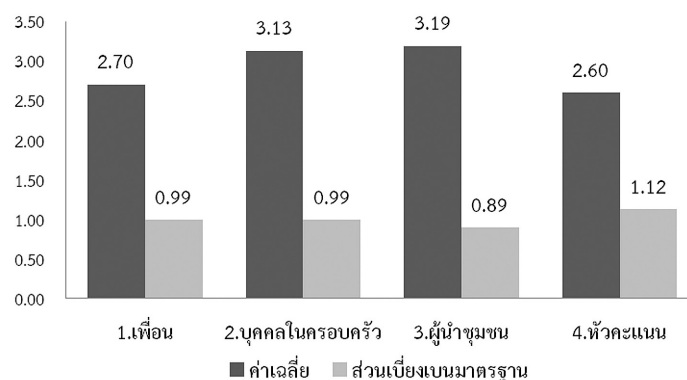
1.2.9 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อห้ามในการลงคะแนนเลือกตั้ง การคัดค้านการเลือกตั้งท้องถิ่น ได้แก่ โทรศัพท์ ($\bar{X}$ =3.29, S.D.=1.28) อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}$ =3.19, S.D.=1.26) และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ($\bar{X}$ =3.12, S.D.=1.06)

1.2.10 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักฐานในการแสดงตนขอใช้สิทธิเลือกตั้ง, การเปิด-ปิดการลงคะแนน, การนับคะแนน, การรวมคะแนน และการประกาศผลการเลือกตั้ง ได้แก่ โทรศัพท์ ($\bar{X}$ =3.24, S.D.=1.25) ผู้นำชุมชน ($\bar{X}$ =3.18, S.D.=1.10) และอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}$ =3.14, S.D.=1.28)

2. การรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประเภทของสื่อ

เมื่อจำแนกการรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่น จำแนกตามสื่อ 6 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อเฉพาะกิจ พบว่ามีความแตกต่างกัน ดังนี้

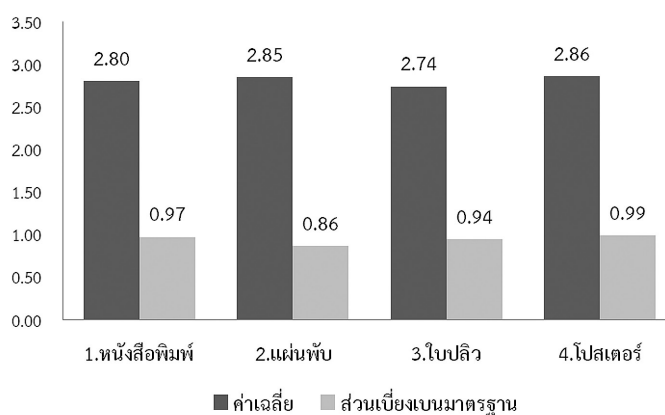
2.1 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อบุคคล ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อบุคคล

จากภาพที่ 2 แสดงว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้จากผู้นำชุมชนมากที่สุด ($\bar{X}$ =3.19, S.D.=0.89) รองลงมาคือบุคคลในครอบครัว ($\bar{X}$ =3.13, S.D.=0.99) และเพื่อน ($\bar{X}$ =2.70, S.D.=0.99) สื่อบุคคลที่รับรู้ร้น้อยที่สุด คือห้วคะแนน ($\bar{X}$ =2.60, S.D.=1.12)

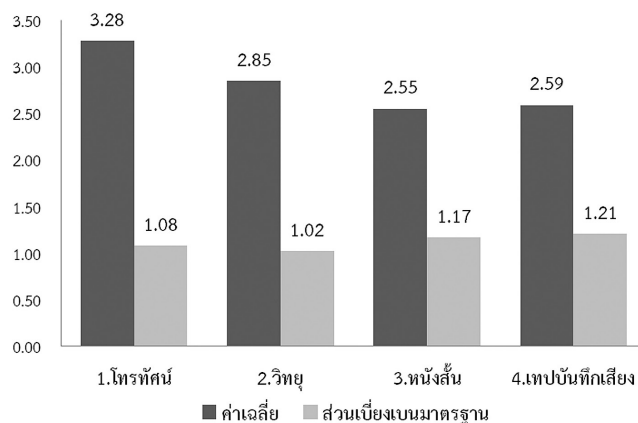
2.2 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์

จากภาพที่ 3 แสดงว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้จากโปสเตอร์มากที่สุด ($\bar{X}=2.86$, $S.D.=0.99$) รองลงมาคือ แผ่นพับ ($\bar{X}=2.85$, $S.D.=0.86$) และหนังสือพิมพ์ ($\bar{X}=2.80$, $S.D.=0.97$) สื่อสิ่งพิมพ์ที่รับรู้น้อยที่สุดคือใบปลิว ($\bar{X}=2.74$, $S.D.=0.94$)

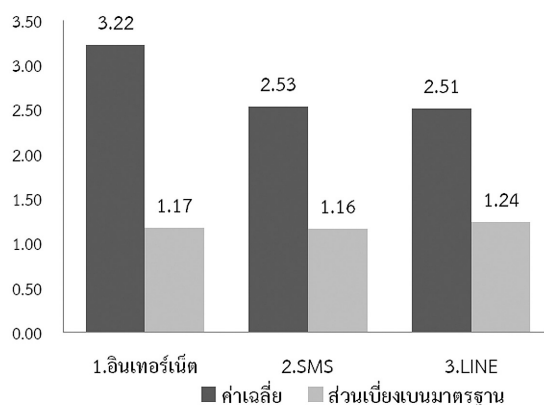
2.3 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

จากภาพที่ 4 แสดงว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้จากโทรศัพท์มากที่สุด ($\bar{X}=3.28$, $S.D.=1.08$) รองลงมาคือ วิทู ($\bar{X}=2.85$, $S.D.=1.02$) และเทปบันทึกเสียง ($\bar{X}=2.59$, $S.D.=1.21$) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่รับรู้น้อยที่สุดคือ หนังสือ ($\bar{X}=2.55$, $S.D.=1.17$)

2.4 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อสมัยใหม่ ดังแสดงในภาพที่ 5

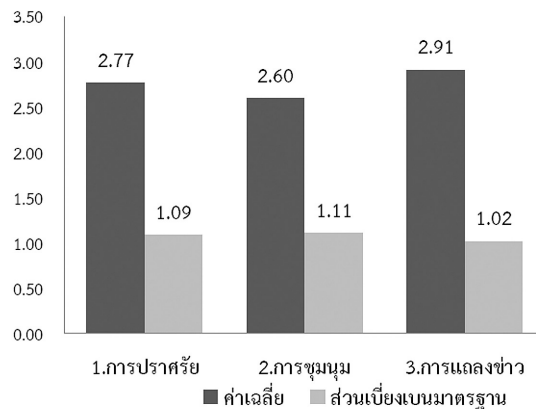


ภาพที่ 5 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อสมัยใหม่

จากภาพที่ 5 แสดงว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้จากสื่อสมัยใหม่คืออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ($\bar{X}=3.22$, $S.D.=1.17$) รองลงมาคือ SMS ($\bar{X}=2.53$, $S.D.=1.16$) สื่อสมัยใหม่ที่รับรู้

น้อยที่สุดคือ LINE ($\bar{X}=2.51$, $S.D.=1.24$)

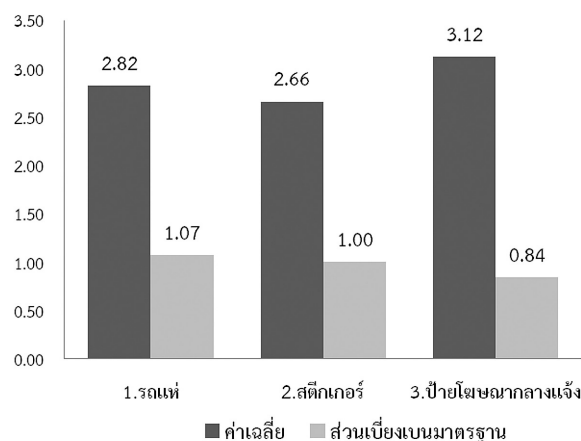
2.5 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อกิจกรรม ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อกิจกรรม

จากภาพที่ 6 แสดงว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้จากการแถลงข่าวมากที่สุด ($\bar{X}=2.91$, $S.D.=1.02$) รองลงมาคือ การปราศรัย ($\bar{X}=2.77$, $S.D.=1.09$) และน้อยที่สุดคือ การชุมนุม ($\bar{X}=2.60$, $S.D.=1.11$)

2.6 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจ ดังแสดงในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อเฉพาะกิจ

จากภาพที่ 7 แสดงว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้จากป้ายโฆษณากลางแจ้งมากที่สุด ($\bar{X}=3.12$, $S.D.=0.84$) รองลงมาคือรถแห่ ($\bar{X}=2.82$, $S.D.=1.07$) และน้อยที่สุด คือ สติกเกอร์ ($\bar{X}=2.66$, $S.D.=1.00$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา มีประเด็นที่ค้นพบและควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. การรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อทั้ง 6 สื่อ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย เป็นสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ เอกรัฐ ตะเคียนนุช (2551) ที่พบว่าการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการตัดสินใจ จากสื่อบุคคล มากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ และสอดคล้องกับ จินดา วงศ์สวัสดิ์ (2548) พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุด คือ ชนชั้นนำในชุมชน และเมื่อจำแนกรายชื่อของ

การรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชน พบว่ามีสื่อที่สามารถทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุดจำแนกตามประเภทของสื่อ 3 ลำดับ ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และผู้นำชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแก้วตา โอภาสศิริวิทย์ (2550) พบว่าประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด และสื่ออินเทอร์เน็ตระดับปานกลาง และสอดคล้องกับทรงยุทธ ต้นวัน (2552) พบว่า ระดับการเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชนแตกต่างกันตามประเภทของสื่อมวลชน

2. เมื่อจำแนกการรับรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่น จำแนกตามสื่อ 6 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งพบว่ามี ความแตกต่างกันสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาจากผู้นำชุมชน เนื่องจากผู้นำชุมชนเป็นบุคคลที่ประชาชนให้ความเคารพนับถือ และยอมรับให้เป็นผู้นำ โดยข้อมูลที่ได้รับจากผู้นำชุมชนประชาชนจะมีการรับรู้เป็นอย่างมาก อาทิข้อมูลข่าวสารของทางราชการต่างๆ ที่ผู้นำชุมชนได้แจ้งให้กับประชาชนในชุมชนเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ส่วนบุคคลในครอบครัวสามารถทำให้เกิดการรับรู้รองลงมาจากผู้นำชุมชน เนื่องจากบุคคลในครอบครัวจะอยู่ใกล้ชิดมากที่สุด เมื่อมีการพูดคุยกันภายในครอบครัวจะทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ส่วนเพื่อนทำให้เกิดการรับรู้ในระดับปานกลางเนื่องจากในการใช้ชีวิตประจำวันจะมีการพูดคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับข่าวสารการเลือกตั้ง ส่วนหวัคเนนสามารถทำให้เกิดการรับรู้มากที่สุด เนื่องจากหวัคเนนจะมีการแบบฝึกแบ่งฝ่าย ซึ่งอาจจะให้ข้อมูลในส่วนตัวของผู้สมัครที่ตนเองสนับสนุน ประชาชนจึงเกิดการขังใจเมื่อได้รับฟังข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งจากหวัคเนน ซึ่งสอดคล้องกับ ชยพล ณ พัทลุง (2550) และจินดา วงศ์สวัสดิ์ (2548) พบว่าผู้นำท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้ง

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาจากโปสเตอร์มากที่สุด เนื่องจากโปสเตอร์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอใจสีสดใสสะดุดตาผู้พบเห็นและมีขนาดใหญ่พอเหมาะ ไม่ใหญ่ไม่เล็กเกินไป ส่วนแผ่นพับสามารถทำให้เกิดการรับรู้รองลงมาจากโปสเตอร์ เนื่องจากแผ่นพับเป็นสื่อที่นิยมใช้หากต้องการแจกจ่ายให้

กับประชาชนทุกคนอย่างทั่วถึง เป็นสื่อที่หน่วยงานต่างๆ นิยมใช้เผยแพร่ เพราะมีราคาถูก ส่วนหนังสือพิมพ์สามารถทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งรองลงมา เนื่องจากหนังสือพิมพ์มีลักษณะเป็นรายวัน นำเสนอข่าวสารได้น่าสนใจมีหลายหน้า ราคาถูก และมีวางขายตามท้องตลาดทั่วไป รวมทั้งหาซื้อง่าย ส่วนใบปลิวสามารถทำให้เกิดการรับรู้ที่น้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากแผ่นปลิวมีการจัดพิมพ์โดยใช้กระดาษไม่หนามาก สีสันทึบไม่สดใสเท่ากับโปสเตอร์และแผ่นพับ ซึ่งทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้จากสื่อแผ่นปลิวที่น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับศิริพงษ์ ทรงวิยาธรรม (2547) ที่พบว่า การได้รับสื่อสิ่งพิมพ์ในการหาเสียง มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร

2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาจากโทรทัศน์ซึ่งทราบกันดีว่าโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากประชาชนมาช้านานแล้ว ทั้งให้ความรู้ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และให้ความบันเทิง สามารถรับชมโทรทัศน์ได้แทบทุกครัวเรือน ส่วนวิทยุสามารถทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้รองลงมาจากโทรทัศน์ เนื่องจากวิทยุได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งฟังจากการขับรถไปในท้องถนน ส่วนหนังสือและเทปบันทึกเสียงสามารถทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งที่น้อยที่สุด เนื่องจากในการเลือกตั้งแต่ละครั้งจะพบเห็นหนังสือออกเผยแพร่เป็นจำนวนน้อย และพบเห็นเทปบันทึกเสียงออกมาเป็นจำนวนน้อยเช่นกัน ที่พบเห็นน้อยเนื่องจากไม่ได้รับความนิยมจากประชาชนเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับ แก้วตา โอภาสศิริวิทย์ (2550) พบว่าประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

2.4 สื่อสมัยใหม่ โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากประชาชนใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลายแทบทุกครัวเรือน แม้กระทั่งในโทรศัพท์มือถือยังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างสะดวก ส่วน SMS สามารถทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งรองจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจาก SMS จะถูกส่งไปยังมือถือ แต่หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการเลือกตั้งไม่นิยมใช้เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงในการที่จะส่งข้อความไปถึงประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทุกคน ส่วน LINE สามารถทำให้เกิดการรับรู้ที่น้อยที่สุด เนื่องจาก LINE จะส่งข้อความหากันเฉพาะคนที่ เป็นเพื่อนกัน

เท่านั้น จึงทำให้การรับรู้ข่าวสารการเลือกตั้งได้น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับปฏิกฐาน จันทรบุญเรือง(2553) ที่พบว่ากลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการเลือกตั้ง กลยุทธ์สื่อสารภายนอก ได้แก่ อินเทอร์เน็ต อีเมล ข้อความสั้น และโทรสาร ในการประสานงาน

2.5 สื่อกิจกรรม โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาจากการจัดแถลงข่าว เนื่องจากการจัดแถลงข่าวนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเชิญสื่อมวลชนทุกแขนงมารับฟังการแถลงข่าว เพื่อให้สื่อมวลชนได้เผยแพร่ข่าวไปยังประชาชน จึงทำให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งมากที่สุด ส่วนการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดการรับรู้รองลงมาจากการจัดแถลงข่าว และการชุมนุมสามารถทำให้เกิดการรับรู้ที่น้อยที่สุด เนื่องจากการประชาสัมพันธ์และการชุมนุม เป็นการมานั่งฟังการปราศรัยและร่วมการชุมนุม จึงอาจจะทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งมากนัก ซึ่งขัดแย้งกับ ศิริพงษ์ ทรงวิทยารธรรม (2547) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ไม่มีผลต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากประชาชนจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งโดยการลงคะแนนแบบลับ ส่วนการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ไม่ได้มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง และขัดแย้งกับ จินดา วงศ์สวัสดิ์ (2548) และดุสิต กลางประพันธ์ (2552) ที่พบว่าสื่อที่มีผลต่อการเลือกตั้งมากที่สุด คือ การปราศรัยพบประชาชน เนื่องจากการแถลงข่าวเป็นการเผยแพร่ข่าวสารให้ถึงประชาชนผ่านสื่อมวลชน แต่การที่ประชาชนตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนของตนจึงมาจากการฟังการปราศรัยมากที่สุด เพื่อให้ทราบนโยบายของผู้สมัครที่จะพัฒนาท้องถิ่น เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจเลือกตั้งผู้แทน

2.6 สื่อเฉพาะกิจ โดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งมาจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง เนื่องจากการป้ายมีขนาดใหญ่ประชาชนผ่านไปมาพบเห็นสะดวกตา และยังมีตัวหนังสือขนาดใหญ่สามารถอ่านแล้วรับรู้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดการรับรู้มากที่สุด ส่วนสื่อรถแห่สามารถทำให้เกิดการรับรู้รองจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง เนื่องจากรถแห่ ต้องขับไปตามชุมชนหมู่บ้านเพื่อกระจายเสียงเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ส่วนสติกเกอร์สามารถทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งน้อยที่สุด ประชาชนไม่ให้ความนิยมในสติกเกอร์ และ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องผลิตสติกเกอร์ออกเผยแพร่จำนวนน้อย เพราะราคาค่อนข้างแพง และใส่เนื้อหาในสติกเกอร์ได้น้อยมากจึงไม่นิยมใช้เผยแพร่ และประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลจากสติกเกอร์น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ปาจริย์ อ่อนสะอาด (2548) ที่พบว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้ข่าวสารจากผู้สมัครฯ ได้อย่างชัดเจนผ่านป้ายโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยทั่วไป

1.1 ผลจากการวิจัยพบว่า การรับรู้การใช้สิทธิเลือกตั้งท้องถิ่นจากสื่อทั้ง 6 สื่อ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย เป็น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่อสมัยใหม่ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งท้องถิ่น จึงควรเน้นที่สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออีก 3 ประเภท

1.2 สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดนครราชสีมา สามารถนำข้อมูลสารสนเทศแนวคิดจากผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์รณรงค์ส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตยและการเลือกตั้ง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้รับรู้ถึงสิทธิหน้าที่ของตนเอง รับรู้ถึงการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ได้แก่ การพิจารณาการประชาสัมพันธ์จากค่าเฉลี่ยสูงสุดของสื่อแต่ละประเภทในการรณรงค์ เช่น โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.28$, $S.D.=1.08$) รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.22$, $S.D.=1.17$) ผู้นำชุมชนมากที่สุด ($\bar{X}=3.19$, $S.D.=0.89$) รองลงมาคือบุคคลในครอบครัว ($\bar{X}=3.13$, $S.D.=0.99$) ป้ายโฆษณากลางแจ้งมากที่สุด ($\bar{X}=3.12$, $S.D.=0.84$)

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร ว่าควรจะใช้สื่อใดที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ความรู้และส่งเสริมแนวคิดประชาธิปไตย

ควบคู่ไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้ง

2.2 ควรวิจัยหาแนวทางการพัฒนาสื่อบุคคลให้เป็นสื่อที่มีคุณภาพเพราะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ

2.3 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้จากสื่อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยเป็นไปตามความมุ่งหมายในการศึกษาโดยได้รับความกรุณาจาก ดร.เศรษฐวัฒน์ โชควรรกุล ประธานกรรมการที่ปรึกษา ดร.วิเชียร ก่อกิจกุล และ ดร.กิตติพงษ์ ลือนาม ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงงานวิจัยฉบับนี้จนประสบผลสำเร็จ อีกทั้งยังได้รับความกรุณาจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือและให้คำแนะนำในการปรับปรุงเครื่องมือให้มีคุณภาพ และสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้จนเป็นผลสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ดร.สมเกียรติ ทานอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนารุจิกร ว่าที่ร้อยตรี ตะติยาวัฒน์ สุวรรณศรี และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำปรึกษาเสนอแนะแนวทางแก้ไขปรับปรุงจนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

แก้วตา โอภาสศิริวิทย์. (2551). การรับรู้และความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 กรณีศึกษาพื้นที่เขตเลือกตั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการสาธารณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จินดา วงศ์สวัสดิ์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการเมืองการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ชยพล ณ พัทลุง. (2550). อิทธิพลของผู้นำท้องถิ่นต่อการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา : ศึกษาเฉพาะกรณี

จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดุสิต กลางประพันธ์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นของประชาชน : กรณีศึกษาอำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน : จากอดีต จนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. นนทบุรี : เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.

ทรงยุทธ ต้นวัน. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลพังโคน อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. ปณฐกวาง จันทร์บุญเรือง. (2553). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเลือกตั้งของจังหวัดที่มีผู้ไปลงคะแนนเสียงมากที่สุดในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปจรรย์ อ่อนสอาด. (2548). รายงานการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารโน้มน้าวใจผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง : กรณีศึกษา “การเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี 2547”. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2553). การเมืองกับการปกครองของไทย. พระนครศรีอยุธยา : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ศิริพงษ์ ทรงวิทยาธรรม. (2547). อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์ต่อพฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานครในเขตดอนเมือง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สารานุกรมเสรี. (2556). **จังหวัดนครราชสีมา**. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา : [http://th.wikipedia.org/wiki/](http://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดนครราชสีมา)

จังหวัดนครราชสีมา [15 ธันวาคม 2556].

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด
นครราชสีมา. (2556ข). รายงานผลการปฏิบัติงาน
ประจำปี 2556 (ห้วง ตุลาคม 2555-
กันยายน 2556). นครราชสีมา : งานการมีส่วน
ร่วม สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำ
จังหวัดนครราชสีมา.

เอกรัฐ ตะเคียนนุช. (2551). แหล่งข้อมูล เกณฑ์การ
พิจารณา และเส้นทางการตัดสินใจในการเลือก
ตั้งทางการเมืองของเยาวชนในระดับอุดมศึกษา.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
วารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.