

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ภาพลักษณ์ผู้สมัครรับเลือกตั้งต่อการตัดสินใจของผู้เลือกตั้ง:
กรณีศึกษาการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเหมืองง่า
อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน

นายณัฏฐพัชร อำนางประชา

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุเมภ์ สายจันทร์ กรรมการ

รองศาสตราจารย์กาญจนา โชคถาวร กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเหมืองง่าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เลือกตั้ง ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เลือกตั้ง และศึกษาพฤติกรรมกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้เลือกตั้งภายหลังการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีตำบลเหมืองง่า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลจากประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 300 คน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้เลือกตั้ง ได้ให้น้ำหนักความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ อันดับที่ 1 ด้านคุณธรรม-จริยธรรม อันดับที่ 2 ด้านวิสัยทัศน์ (นโยบาย) อันดับที่ 3 ด้านจิตอาสา อันดับที่ 4 ด้านความเป็นผู้นำ อันดับที่ 5 ด้านผลงาน อันดับที่ 6 ด้านประสบการณ์ ซึ่งผู้ชนะการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีภาพลักษณ์ด้านคุณธรรม-จริยธรรม และด้านวิสัยทัศน์(นโยบาย) ดีกว่าคู่แข่งชั้นอีก 2 ราย จึงทำให้ได้รับคะแนนเสียงจากผู้เลือกตั้งมากกว่า จนสามารถได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งไปในที่สุด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ภาพลักษณ์ด้านคุณธรรม-จริยธรรมนั้น ผู้เลือกตั้งให้น้ำหนักน้อยที่สุดต่อการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งหาเสียงโดยไม่ซื้อเสียง นั่นหมายความว่าผู้เลือกตั้งมีทัศนคติว่าการซื้อเสียงไม่ใช่ภาพลักษณ์ที่เลวร้ายมากนักของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งเป็นทัศนคติที่ควรมีการดำเนินการปรับแก้ให้ถูกต้องต่อไป

นอกจากปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้เลือกตั้งยังให้น้ำหนักความสำคัญต่อปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย ตามลำดับดังนี้คือ อันดับที่ 1 ความเป็นคนท้องถิ่น อันดับที่ 2 ความเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อันดับที่ 3 ความเป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก อันดับที่ 4 ความเป็นผู้ที่ประชาชนส่วนใหญ่ในชุมชนให้การสนับสนุน (มีแนวโน้มจะชนะการเลือกตั้ง) อันดับที่ 5 ความสม่ำเสมอในการออกพบปะประชาชน อันดับที่ 6 ระดับการศึกษา อันดับที่ 7 ความเป็นผู้มีฐานะการเงินมั่นคง อันดับที่ 8 เคยพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือกัน อันดับที่ 9 ความรู้จักเป็นการส่วนตัว

การศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองก่อนและหลังการเลือกตั้งเปรียบเทียบกันพบว่า ภายหลังจากการเลือกตั้ง พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะผู้เลือกตั้งที่ได้ลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่แพ้การเลือกตั้งจะมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองลดลงอย่างชัดเจน อาทิ การให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมทำงานพัฒนาชุมชนกับนายกเทศมนตรี ติดตามผลงานในการพัฒนาชุมชนของนายกเทศมนตรี และติดตามข่าวสาร ข้อมูลการทำงานของนายกเทศมนตรี เป็นต้น

Independent Study Title Candidate's Image and the Making on Voters Decision:
A Case Study of the Election of Mayor of Mueang-Nga Sub-district
Municipality, Mueang Lamphun District, Lamphun Province

Author Mr.Natthapsat Amnaj-pracha

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Seksin Srivatananukulkit Chairperson

Associate Professor Dr. Kosum Saichan Member

Associate Professor Kanchana Chokethaworn Member

ABSTRACT

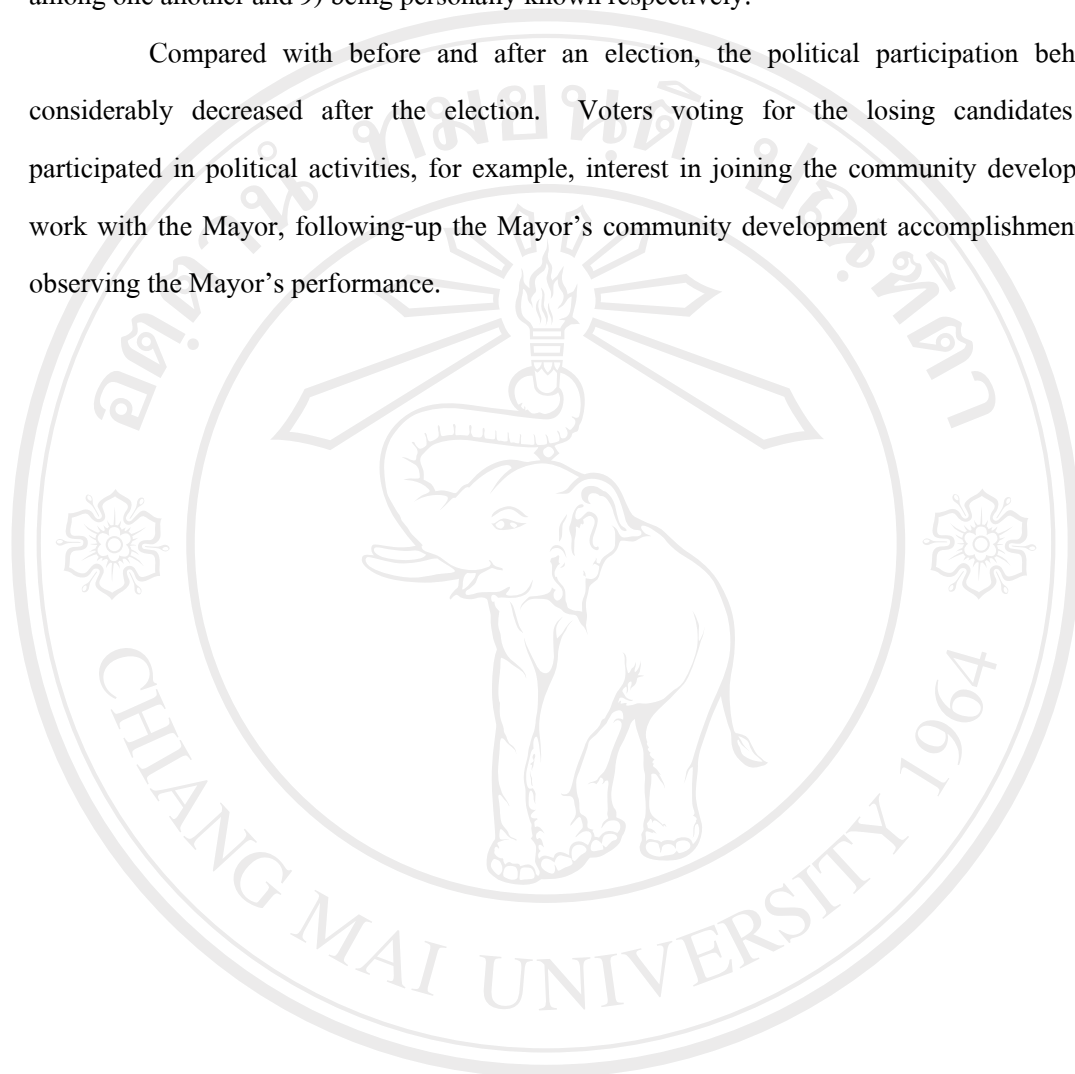
This independent study was a descriptive research aiming at investigating the Mayor of Mueang-Nga Sub-district Municipality candidates' image influencing the voters' decision making; exploring other factors affecting voter's making decision; and examining the political participation of voters after the Mayor of Mueang-Nga Sub-district Municipality election. The methodology of this study was a questionnaire method with open-ended questions and closed questions. Data were collected through 300 eligible voters. The result of the study could be concluded as follows:

Voters paid attention to the candidates' image influencing their decision making in each aspect, namely, 1) morals and ethics, 2) vision (policy), 3) volunteer mind, 4) leadership, 5) performance and 6) experience respectively. The candidate who won the Mayor of Mueang-Nga Sub-district Municipality election contained a better image in terms of morals and ethics and vision (policy) than the other two candidates. However, when considering in details, it showed that voters slightly concerned the image of morals and ethics toward candidates who did not buy votes. This meant that voters believed that buying votes was not the bad image of the candidates. This belief should be corrected.

Besides the image factor, voters concentrated upon other factors affecting their decision making as follows: 1) being local person, 2) good human relations, 3) very well known person, 4) being supported by most people in that community (tended to win the election), 5)

meeting with people regularly, 6) level of education, 7) financial status security, 8) assistance among one another and 9) being personally known respectively.

Compared with before and after an election, the political participation behavior considerably decreased after the election. Voters voting for the losing candidates less participated in political activities, for example, interest in joining the community development work with the Mayor, following-up the Mayor's community development accomplishment and observing the Mayor's performance.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved