

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ในการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ 3 อำเภอ ซึ่งกำหนดไว้ 2,534 ตัวอย่าง สามารถรวบรวมข้อมูล ได้จำนวน 2,500 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 98.65 แยกเป็น

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มตัวอย่าง

เขตอำเภอ	จำนวน (n=2,534)	ร้อยละ
วาปีปทุม	1,650	64.65
แกดำ	600	24.00
บรบือ	250	10.00
รวม	2,500	98.65

#### Rajabhat Mahasarakham University

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากอำเภอวาปีปทุม ร้อยละ 64.65 อำเภอแกดำ ร้อยละ 24.00 อำเภอบรบือ ร้อยละ 10.00

#### 1.2 ลักษณะสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม

ตารางที่ 2 จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
ชาย	1,742	69.70
หญิง	697	30.30
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 69.7 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 30.3

ตารางที่ 3 จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
18 - 20 ปี	286	11.4
21 - 30 ปี	386	15.4
31 - 40 ปี	658	26.3
41 - 50 ปี	610	24.4
51 ปี ขึ้นไป	560	22.4
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 26.3 รองลงมาอายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 24.4 อายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 22.4 อายุ 21 - 30 ปี ร้อยละ 15.4 อายุ 18- 20 ปี ร้อยละ 11.4

ตารางที่ 4 จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
ประถมศึกษาลงมา	1,311	52.4
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	914	36.6
ระดับอุดมศึกษา	275	11.0
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 52.4 รองลงมาได้แก่มัธยมศึกษา ร้อยละ 36.6 ระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 11

ตารางที่ 5 จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
เกษตรกร	1,774	71.0
รับจ้าง	245	9.8
ค้าขาย ประกอบอาชีพส่วนตัว	104	4.2
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	108	4.3
กำลังศึกษา	220	8.8
อื่นๆ	49	2.0
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้มีอาชีพเกษตรกรมากที่สุด ร้อยละ 71 รองลงมาได้แก่อาชีพรับจ้างร้อยละ 9.8 ข้าราชการรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.3 ค้าขายประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 4.2 อาชีพอื่นๆ ร้อยละ 2

ตารางที่ 6 จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
3,600 บาทลงมา	1,489	59.6
3,601 - 5,000 บาท	848	33.9
5,001 - 15,000 บาท	139	5.6
15,001 บาทขึ้นไป	24	1.0
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 3,600 บาทลงมา ร้อยละ 59.6 รองลงมา มีรายได้ 3,601 – 5,000 บาท ร้อยละ 33.9 มีรายได้ 5,001-15,000 บาท ร้อยละ 5.6 และ มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 7 จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
นอกเขตเทศบาล	2,356	94.2
ในเขตเทศบาล	114	5.8
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาหรือเขตที่อยู่อาศัยนอกเขตเทศบาล ร้อยละ 94.2 และในเขตเทศบาลร้อยละ 5.8

### 1.3 ลักษณะพฤติกรรมความสนใจของประชาชนต่อการเลือกตั้ง

ตารางที่ 8 ความสนใจประเภทรายการหรือข่าว

รายการหรือข่าวที่น่าสนใจ	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
บันเทิงละคร กีฬา	368	14.7
สารคดี และเรื่องทั่วไป	450	18.0
ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมือง	1,686	67.3
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสนใจรายการข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมือง ร้อยละ 67.3 รองลงมาเป็นรายการสารคดีและเรื่องทั่วไป ร้อยละ 18. และรายการบันเทิง ละคร กีฬา ร้อยละ 14.7

ตารางที่ 9 ความถี่การติดตามข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง

การติดตามข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์	258	10.3
30 - 5 วันต่อสัปดาห์	604	24.2
เกือบทุกวัน	1,638	65.5
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าส่วนใหญ่มีความสนใจรายการเกี่ยวกับสถานการณ์บ้านเมือง  
เกือบทุกวันมีร้อยละ 65.5 รองลงมา 3-5 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 24.2 และไม่เกิน 2 วัน  
ต่อสัปดาห์ ร้อยละ 10.3

ตารางที่ 10 ความถี่การติดตามข่าวสารการเลือกตั้งเมื่อมีการเลือกตั้ง

การติดตามข่าวสารการเลือกตั้งเมื่อมีการเลือกตั้ง	จำนวน (n=2,500)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์	235	9.4
30-5 วันต่อสัปดาห์	582	23.3
เกือบทุกวัน	1,683	67.3
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการติดตามข่าวสารการเลือกตั้งเกือบทุก  
วัน ร้อยละ 67.3 รองลงมา 3-5 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 23.3 และไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์  
ร้อยละ 9.4

ตารางที่ 11 ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง

ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ช่วงเช้า ( ก่อน 8.00 น )	288	11.5
ช่วงกลางวัน ( 12.00 น.)	78	3.1
ช่วงเย็น ( หลังเลิกงาน )	890	35.6
ช่วงกลางคืน ( หลัง 1 ทุ่ม )	1,244	49.8
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าติดตามข่าวสารการเลือกตั้งในช่วงกลางคืน ร้อยละ 49.8  
รองลงมา ติดตามข่าวสารการเลือกตั้งในช่วงเย็น ร้อยละ 35.6 ติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง  
ในช่วงเช้า ร้อยละ 11.5 และติดตามข่าวสารการเลือกตั้งในช่วงกลางวันร้อยละ 3.1

ตารางที่ 12 ความสนใจระดับการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

การรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
เน้นการแจ้งข่าวสาร	1,277	51.1
เน้นการชักจูงใจ	290	11.6
เน้นการระดมมวลชน	933	37.3
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าส่วนใหญ่สนใจการรณรงค์เน้นการแจ้งข่าวสาร ร้อยละ 51.1 รองลงมาเน้นการระดมมวลชน ร้อยละ 37.3 และเน้นการชักจูงใจ ร้อยละ 11.6

เมื่อนำระดับความสนใจของประชาชนต่อการเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่างมาจัดลำดับเป็น 3 ระดับ เพื่อให้เห็นภาพรวมระดับความสนใจ ดังปรากฏตามตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ภาพรวมระดับความสนใจของประชาชน

ความสนใจของประชาชน	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ระดับต่ำ	37	1.5
ระดับปานกลาง	2,077	83.1
ระดับสูง	386	15.4
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ส่วนใหญ่มีความสนใจในระดับปานกลางร้อยละ 83.1 รองลงมาในระดับสูงร้อยละ 15.4 และในระดับต่ำ ร้อยละ 1.5

## 1.4. ลักษณะทัศนคติของประชาชนต่อการเลือกตั้ง

ตารางที่ 14 ทัศนคติของประชาชนต่อการเลือกตั้ง

ข้อความทัศนคติ	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย
	n %	n %	n %
1. เสรีภาพของประชาชนถูกลิดรอนโดยอิทธิพลของเงินจากผู้สมัคร	845	456	1,199
2. ประชาชนส่วนใหญ่ยอมรับและคาดหวังว่าการซื้อสิทธิขายเสียงเป็นสิ่งที่ไม่ได้เสียหายอะไร	719	480	1,301
3. ประชาชนจำนวนมากคาดหวังว่าตนควรได้รับเงินจากผู้สมัครจนกลายเป็นประเพณีของการเลือกตั้ง	873	489	1,174
4. ผู้สมัครส่วนใหญ่ซื้อเสียง	719	560	756
5. คนคิดต้องซื้อเสียงด้วยจึงจะชนะการเลือกตั้ง	873	583	1,357
6. ผู้สมัครที่เป็นคนดีจริงๆ ไม่จำเป็นต้องซื้อเสียง	1,184	467	182
7. ประชาชนแยกแยะได้ว่าคนไหนเป็นคนดีหรือไม่ดี	1,725	675	100
8. เสียงหนึ่งของท่านมีความหมายต่อการเลือกตั้ง	2,191	243	66
9. การนอนหลับทับสิทธิ์เท่ากับเปิดโอกาสให้คนไม่ดีได้รับเลือกตั้ง	1,682	334	484
10. เขตเลือกตั้งที่เล็กลงจะทำให้การซื้อเสียงได้ผล	895	753	85

จากตารางที่ 14 เมื่อนำทัศนคติของประชาชนต่อการเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่างมาจัด เป็น 2 แนวทาง คือในทางที่ไม่ดี และในทางที่ดี เพื่อให้เห็นภาพรวมระดับทัศนคติ ดังปรากฏใน ตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ภาพรวมทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเลือกตั้ง

ระดับทัศนคติ	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ในทางที่ไม่ดี	308	12.32
ในทางที่ดี	2,192	87.68
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางที่ดี ร้อยละ 87.68 และมีทัศนคติในทางที่ไม่ดี ร้อยละ 12.32

### 1.5. ลักษณะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้ง

ตารางที่ 16 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้ง

ข้อความความรู้ความเข้าใจ	ตอบถูก		ตอบผิด		รวม	
	n	%	n	%	n	%
1. กฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับใหม่มุ่งหวังให้เกิดการปฏิรูปทางการเมือง	2,033	81.3	467	18.5	2,500	100
2. ระบบเลือกตั้งมี 2 แบบ คือ แบบบัญชีรายชื่อและแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง	1,834	73.76	572	6.3	2,500	100
3. ส.ว. เลือกจากประชาชนโดยตรงและอยู่ในตำแหน่งคราวละ 6 ปี	1,739	69.6	761	30.4	2,500	100
4. บุคคลมีหน้าที่ไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้ไม่ไปใช้สิทธิเลือกตั้งย่อมเสียสิทธิตามกฎหมาย	1,179	47.2	1,321	52.8	2,500	100
5. เพื่อป้องกันผู้สมัครที่ซื้อเสียงทราบคะแนนที่คาดหวังจึงให้นับคะแนนรวม ณ สถานที่เดียว	2,020	80.8	480	19.2	2,500	100
6. เลือกตั้งแบบบัญชีรายชื่อเขตเลือกตั้งคือเขตประเทศทำให้ซื้อเสียงได้ยาก	1,064	42.65	1,436	57.4	2,500	100

จากตารางที่ 16 เมื่อนำคะแนนความรู้ความเข้าใจทางการเมืองและการเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง มาจัดเป็น 3 ระดับ เพื่อให้เห็นภาพรวมระดับความรู้ ดังปรากฏในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ภาพรวมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ระดับต่ำ	397	15.9
ระดับปานกลาง	1,056	42.2
ระดับสูง	1,047	41.9
รวม	2,500	100.00



จากตารางที่ 17 พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับปานกลาง ร้อยละ 42.2 รองลงมาในระดับสูง ร้อยละ 41.9 และในระดับต่ำ ร้อยละ 15.9

### 1.6 ลักษณะพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

ตารางที่ 18 การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ไปทุกครั้ง	2,348	93.9
ไปบ้าง – ไม่ไปบ้าง	152	6.1
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ส่วนใหญ่ไปเลือกทุกครั้ง ร้อยละ 93.9 รองลงมาไปบ้างไม่ไปบ้าง ร้อยละ 6.1

ตารางที่ 19 เหตุผลในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

เหตุผลในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
อยากให้ผู้สมัครที่เป็นคนดีได้รับเลือกตั้ง	1,231	49.2
ได้รับเงินซื้อเสียง	32	1.3
ถือเป็นหน้าที่และรักษาสีทิม	1,220	48.8
เกรงใจหัวหน้าคะแนน เจ้าหน้าที่ ญาติ	17	0.7
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งเพราะอยากให้ผู้สมัครที่เป็นคนดีได้รับเลือกตั้ง ร้อยละ 49.2 รองลงมาถือเป็นหน้าที่ของพลเมืองและเพื่อรักษาสีทิม ร้อยละ 48.8 ได้รับเงินซื้อเสียง ร้อยละ 1.3 และเกรงใจหัวหน้าคะแนน เจ้าหน้าที่ ญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง ร้อยละ 0.7

**ตารางที่ 20** การแสดงออกต่อการรณรงค์ของคณะกรรมการเลือกตั้ง ประกาศให้ตำบล  
และเทศบาลเป็นเขตปลอดการซื้อเสียง

การแสดงออกต่อการรณรงค์ให้เป็นเขตปลอดการซื้อเสียง	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ไม่สนใจ ไม่เข้าร่วมรณรงค์	142	5.7
เข้าร่วมรณรงค์ตามสมควร	1,241	49.6
เข้าร่วมรณรงค์โดยยึดถือประกาศดังกล่าวเป็นหลักปฏิบัติ	1,117	44.7
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่าส่วนใหญ่แสดงออกในการเข้าร่วมรณรงค์ตามสมควร ร้อยละ 49.6 รองลงมาแสดงออกเข้าร่วมรณรงค์โดยยึดถือประกาศดังกล่าวเป็นหลักปฏิบัติ ร้อยละ 44.7 และไม่สนใจ ไม่เข้าร่วมรณรงค์ ร้อยละ 5.7

**ตารางที่ 21** ผลการรณรงค์ให้มีการเลือกตั้งอย่างสุจริต

ผลการรณรงค์ให้มีการเลือกตั้งอย่างสุจริต	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
รับเงินไว้ แล้วไปเลือกผู้ให้เงิน	67	2.7
รับเงินไว้ แล้วแต่เลือกผู้ที่คิดว่าเป็นคนดี	1,953	78.1
รับเงินไว้ แล้วไปร้องเรียน กกต.	223	8.9
ไม่รับเงิน	257	10.3
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมรับเงินไว้แต่เลือกผู้สมัครที่เราคิดว่าเป็นคนดี ร้อยละ 78.1 รองลงมาไม่รับเงิน ร้อยละ 10.3 รับเงินไว้แล้วนำไปร้องเรียน กกต. ร้อยละ 8.9 และรับเงินไว้แล้วไปเลือกผู้สมัครที่ให้เงิน ร้อยละ 2.7

**ตารางที่ 22** การแสดงออกเมื่อพบว่าผู้มีผู้มาซื้อสิทธิ

การแสดงออกเมื่อพบว่าผู้มีผู้มาซื้อสิทธิ	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
อยู่เฉย ๆ	1,155	46.2
พูดตำหนิว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี	986	39.4
แสดงตนต่อต้าน	359	14.4
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่า ส่วนใหญ่อยู่เลขๆ ร้อยละ 46.2 รองลงมาพูดคำหยาบว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี ร้อยละ 39.4 และแสดงตนต่อต้าน ร้อยละ 14.4

ตารางที่ 23 ช่วงระยะเวลาในการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมือง

ช่วงระยะเวลาตัดสินใจในการเลือกผู้สมัคร	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ในวันเลือกตั้ง	501	20.0
ก่อนวันเลือกตั้ง	1,999	80.0
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่าส่วนใหญ่ มีการตัดสินใจการเลือกผู้สมัคร หรือพรรคการเมืองก่อนวันเลือกตั้ง ร้อยละ 80 และในวันเลือกตั้ง ร้อยละ 20

เมื่อนำคะแนนมาจัดเป็น 3 ระดับ เพื่อให้เห็นภาพรวมพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการซื้อสิทธิ-ขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ดังปรากฏในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ภาพรวมพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
ระดับต่ำ	6	0.24
ระดับปานกลาง	1,851	74.04
ระดับสูง	643	25.72
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการซื้อสิทธิ-ขายเสียงส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 74 รองลงมาระดับสูง ร้อยละ 25.7 และระดับต่ำ ร้อยละ 0.2

ตารางที่ 25 สื่อหรือแหล่งข่าว ที่ทราบหรือติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งมากที่สุด

สื่อหรือแหล่งข่าว	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
วิทยุ	1,431	57.2
โทรทัศน์	1,736	69.4
หนังสือพิมพ์	871	32.7
ใบปลิว โปสเตอร์ แผ่นโฆษณา รถโฆษณา	871	32.7
เจ้าหน้าที่ของทางราชการ	708	28.3
เจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)	454	18.2
ญาติพี่น้อง หรือคนรู้จัก	243	9.7
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน ผู้นำชุมชน	1,294	51.8
ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือตัวแทน หัวคะแนน	147	5.9
การเดินทางบนรถรางค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	377	15.1

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

จากตารางที่ 25 พบว่า ส่วนใหญ่ ติดตามข่าวสารทางโทรทัศน์ ร้อยละ 69.4 รองลงมาทางวิทยุร้อยละ 57.2 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 32.7 ใบปลิว โปสเตอร์ แผ่นโฆษณา รถโฆษณา 32.7 เจ้าหน้าที่ของทางราชการ ร้อยละ 28.3 เจ้าหน้าที่ กกต. ร้อยละ 18.2 การเดินทางบนรถรางค์ ร้อยละ 15.1 ญาติพี่น้อง หรือคนรู้จัก ร้อยละ 9.7 ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือหัวคะแนน ร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 พฤติกรรมที่ใช้ในการจูงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

พฤติกรรมที่ใช้ในการจูงใจ	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
แจกเงิน	1,751	70.0
แจกสิ่งของ	1,705	68.2
บริจาคเงินให้องค์กรสาธารณะ วัด มัสยิด	831	33.2
จัดมหรสพ	296	11.8
จัดเลี้ยง	560	22.4
จัดรถรับ - ส่ง	669	26.8
ก่อสร้างสาธารณประโยชน์	798	31.8
ซื้อผลผลิตในราคาสูงผิดปกติ	185	7.4
ขายสินค้าในราคาต่ำกว่าปกติ	134	5.4
อื่นๆ		

จากตารางที่ 26 พบว่า พฤติกรรมที่ใช้ในการจูงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุด คือ แจกเงิน ร้อยละ 70 รองลงมาคือ แจกสิ่งของ ร้อยละ 68.2 ถัดมาเป็นบริจาคเงินให้องค์กรสาธารณะ ร้อยละ 33.2 ก่อสร้างสิ่งสาธารณประโยชน์ ร้อยละ 31.8 จัดรถรับ-ส่ง ร้อยละ 26.8 จัดเลี้ยงร้อยละ 22.4 จัดมหรสพร้อยละ 11.8 ซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาสูงผิดปกติ ร้อยละ 7.4 ขายสินค้าในราคาต่ำกว่าปกติร้อยละ 5.4

ตารางที่ 27 บทบาทขององค์กรที่ควรทำหน้าที่ในการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

องค์กรที่ควรทำหน้าที่ในการรณรงค์	จำนวน (n = 2,500)	ร้อยละ
คณะกรรมการเลือกตั้ง	1,224	49.0
ส่วนราชการทุกส่วน	140	5.6
ประชาคมหมู่บ้าน/ตำบล	1,136	45.4
รวม	2,500	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่าองค์กรที่ควรทำหน้าที่ในการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงมากที่สุดคือคณะกรรมการการเลือกตั้ง ร้อยละ 49 รองลงมาประชาคมหมู่บ้าน ตำบล ร้อยละ 45.4 และส่วนราชการทุกส่วน ร้อยละ 5.6

## การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

ตารางที่ 28 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแคว์ของพฤติกรรมการต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียง จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
เพศ					0.279*		
ชาย	134	7.69	1,608	95.31	1,742	100	(P = 0.597)
หญิง	63	8.32	695	91.68	758	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\* P > 0.05 D.F = 1 Cramer's V. = 0.011

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้น พบว่าเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย ส่วนในกลุ่มที่มีพฤติกรรมพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในระดับสูง พบว่าเพศชายมีมากกว่าเพศหญิง และเมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.597 ซึ่งมากกว่าระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์พบว่าค่าCramer's V เท่ากับ .011 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง ตารางที่ 29 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
อายุ						6.396*	(P=0.171)
18 - 20 ปี	25	8.74	261	91.26	286	100	
21 - 30 ปี	32	8.29	354	91.71	386	100	
31 - 40 ปี	37	5.63	621	94.37	658	100	
41 - 50 ปี	53	8.69	557	91.31	610	100	
51 ปีขึ้นไป	50	8.93	510	91.07	560	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\*  $P > 0.05$  D.F = 4 Cramer's V. = 0.051

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้น พบว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีจำนวนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ส่วนในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูง นั้นพบว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และเมื่อทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.171 ซึ่งสูงกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

มีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรม การมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงไม่แตกต่างกัน นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาขนาด ความสัมพันธ์พบว่าค่า Cramer's V เท่ากับ 0.051 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมี ส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง ในระดับต่ำ

3. การศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง ตารางที่ 30 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
การศึกษา				9.435*			(P=0.009)
ประถมศึกษาลงมา	124	9.45	1,188	90.55	1,312	100	
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	57	6.42	857	93.76	914	100	
ระดับอุดมศึกษา	16	5.84	258	94.16	274	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\* P < 0.05 D.F = 2 Cramer's V. = 0.061

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้น พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาค่ำมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง ในขณะที่เดียวกันในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูง ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ และเมื่อทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.009 ซึ่งต่ำกว่าระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นเมื่อพิจารณา ขนาดความสัมพันธ์พบว่าค่า Cramer's V เท่ากับ .061 แสดงว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ

#### 4. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

ตารางที่ 31 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
อาชีพ				18.544*			
เกษตรกร	127	7.16	1,647	92.84	1,774	100	(P=0.002)
รับจ้าง	32	13.06	213	86.93	245	100	
ค้าขายประกอบธุรกิจส่วนตัว	15	14.42	89	85.58	104	100	
ข้าราชการ -รัฐวิสาหกิจ	7	6.48	101	93.52	108	100	
กำลังศึกษา	12	5.45	208	94.55	220	100	
อื่นๆ	4	8.16	45	91.84	49	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\* P < 0.05    D.F = 5    Cramer's V. = 0.086

กลุ่มอาชีพที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้น พบว่ากลุ่มอาชีพค้าขายประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวนมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงระดับสูง กลุ่มอาชีพกำลังศึกษา มีจำนวนมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ และเมื่อทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.002 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์พบว่า ค่า Cramer's V เท่ากับ 0.086 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ



5. รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง  
 ตารางที่ 32 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขาย  
 เสียง จำแนกตามรายได้

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
รายได้				12.700*			(P=0.005)
3,600 บาทลงมา	109	7.32	1,380	92.68	1,489	100	
3,601 - 5,000 บาท	67	7.90	781	92.10	848	100	
5,001 - 15,000 บาท	21	15.10	118	84.90	139	100	
15,001 บาทขึ้นไป	-	-	24	100	24	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\* P < 0.05 D.F=3 Cramer's V = 0.071

### Rajabhat Mahasarakham University

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้นพบว่าผู้  
 ที่มีรายได้สูง มีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ ส่วนในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการ  
 ซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูงนั้น พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำมีมากกว่าผู้ที่มีรายได้สูง และเมื่อทดสอบค่า  
 นัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.005 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 จึง  
 ยอมรับสมมติฐานว่ารายได้แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อ  
 สิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์พบว่า ค่า Cramer's V เท่ากับ  
 0.071 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง  
 ในระดับต่ำ

6. ภูมิลาเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง  
 ตารางที่ 33 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-  
 ขายเสียง จำแนกตามภูมิลาเนา

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
ภูมิลาเนา				4.493*			(P=0.034)
นอกเขตเทศบาล	179	7.60	2,177	92.40	2,356	100	
ในเขตเทศบาล	18	12.50	126	87.50	144	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\*  $P < 0.05$  D.F = 1 Cramer's V. = 0.042

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำพบว่า ผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลมีจำนวนมากกว่าผู้ที่อยู่นอกเขตเทศบาล ขณะเดียวกันในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูง ผู้ที่มีอยู่นอกเขตเทศบาลมีจำนวนมากกว่าผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาล และเมื่อทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.034 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานว่า ภูมิลาเนาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์พบว่า ค่า Cramer's V เท่ากับ 0.042 แสดงว่า ภูมิลาเนาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ

7. ความสนใจต่อการเมืองและการเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ - ขายเสียง

ตารางที่ 34 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ - ขายเสียง จำแนกตามความสนใจต่อการเมืองและการเลือกตั้ง

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
ความสนใจ				22.843*			(P=0.000)
น้อย	9	24.32	28	75.68	37	100	
ปานกลาง	173	8.32	1,904	91.68	2,077	100	
มาก	15	3.89	371	96.11	386	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\* P < 0.05 D.F = 2 Cramer's V = 0.096

Rajabhat Mahasarakham University

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ พบว่า ผู้ที่มีระดับความสนใจต่อการเมืองน้อย มีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีระดับความสนใจต่อการเมืองมาก ในขณะที่เดียวกันในกลุ่มที่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูง ผู้ที่มีความสนใจต่อการเมืองมากมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีความสนใจต่อการเมืองน้อย และเมื่อทดสอบค่าไคสแควร์ทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่าไคสแควร์ทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานว่า ผู้ที่มีระดับความสนใจต่อการเมืองและการเลือกตั้งแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์ พบว่า Cramer's V = 0.096 แสดงว่า ความสนใจต่อการเมืองและการเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ

8. ทักษะการเลือกตั้งและผู้สมัคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม  
 ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

ตารางที่ 35 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-  
 ขายเสียง จำแนกตามทักษะการเลือกตั้งและผู้สมัคร

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						$\chi^2$
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
ทัศนคติ				33.770*			(P=0.000)
ในทางที่ไม่ดี	50	16.23	258	83.77	308	100	
ในทางที่ดี	147	6.71	2,045	93.29	2,192	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\*  $P < 0.05$  D.F = 1 Cramer's V. = 0.116

#### มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้น พบว่า  
 ผู้ที่มีทัศนคติต่อการเลือกตั้งและผู้สมัครในทางที่ไม่ดีมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีทัศนคติในทางที่ดี  
 และในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูงผู้ที่มีทัศนคติ  
 ต่อการเลือกตั้งและผู้สมัครในระทางที่ดีมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีทัศนคติในทางที่ไม่ดี และเมื่อ  
 ทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยค่าไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า  
 .05 จึงยอมรับสมมุติฐานว่า ผู้ที่มีทัศนคติต่อการเลือกตั้งและผู้สมัครแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์  
 กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาขนาด  
 ความสัมพันธ์พบว่า ค่า Cramer's V = 0.116 แสดงว่า ทักษะการเลือกตั้งและผู้สมัคร  
 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ

9. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม  
การมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

ตารางที่ 36 จำนวนร้อยละ และค่าไคสแควร์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ -  
ขายเสียง จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้ง

ปัจจัย	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง						(2)
	ระดับต่ำ		ระดับสูง		รวม		
	n	%	n	%	n	%	
ความรู้ความเข้าใจ				14.090*			(P=0.001)
ระดับต่ำ	44	11.08	353	88.92	397	100	
ระดับปานกลาง	60	5.68	996	94.32	1,056	100	
ระดับสูง	93	8.87	954	91.03	1,047	100	
รวม	197	7.88	2,303	92.12	2,500	100	

\*  $P < 0.05$  D.F = 2 Cramer's V. = 0.075

### Rajabhat Mahasarakham University

ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำนั้น พบว่า ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองในระดับต่ำ มีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองในระดับสูง ในขณะเดียวกัน ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับสูง ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองในระดับปานกลางมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองในระดับสูง และเมื่อทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติ ด้วยค่า ไคสแควร์ พบว่ามีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.001 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้งแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์ พบว่า ค่า Cramer's V เท่ากับ 0.075 แสดงว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียงในระดับต่ำ

ตารางที่ 37 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อที่	ค่าไคสแควร์	D.4F	P*	Cramer's V **	ผลการทดสอบ
1	0.279	1	0.597	0.011	ไม่มีความสัมพันธ์
2	6.396	4	0.171	0.051	ไม่มีความสัมพันธ์
3	9.435	2	0.009	0.061	มีความสัมพันธ์
4	18.544	5	0.002	0.086	มีความสัมพันธ์
5	12.700	3	0.005	0.071	มีความสัมพันธ์
6	4.493	1	0.034	0.042	มีความสัมพันธ์
7	22.843	2	0.000	0.096	มีความสัมพันธ์
8	33.770	1	0.000	0.116	มีความสัมพันธ์
9	14.090	2	0.001	0.075	มีความสัมพันธ์

หมายเหตุ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

\* เปรียบเทียบค่า P (ความน่าจะเป็น) ที่ยอมรับผลจากการทดสอบสมมุติฐานซึ่งกำหนด

ไว้ที่ระดับ 0.05

\*\* Cramer's V : ค่าที่บอกขนาดความสัมพันธ์

## สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

1. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง
2. อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง
3. การศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง
4. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง
5. รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง
6. ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง
7. ความสนใจต่อการเมืองและการเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

9. ทักษะคติต่อการเลือกตั้งและผู้สมัคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม  
ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง

10. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
Rajabhat Mahasarakham University