

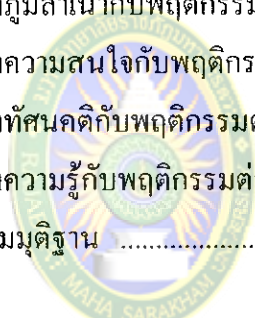
สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
หน้าอ้อมคดี	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
Abstract	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	2
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตการวิจัย	2
สมมุติฐานการวิจัย	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่จะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ส่วนที่ 1 การค้นคว้าตัวแปรจากเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
1. แนวคิดเกี่ยวกับการซื้อสิทธิ - ขายเสียง	5
2. สาเหตุของการซื้อสิทธิขายเสียง	7
3. การสื่อสารทางการเมือง	10
4. ตัวแบบการสื่อสารทางการเมือง	15
5. ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง	16
6. สื่อในการสื่อสารทางการเมือง	18
7. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมือง	20
8. การรณรงค์สื่อสาร	22

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงกลุ่มตัวอย่าง	42
2 จำแนกตามเพศ	42
3 จำแนกตามอายุ	43
4 จำแนกตามการศึกษา	43
5 จำแนกตามอาชีพ	44
6 จำแนกตามรายได้	44
7 จำแนกตามภูมิลำเนา	45
8 ความสนใจประเภทรายการหรือข่าว	45
9 ความถี่ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	45
10 ความถี่ในการติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง	46
11 ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง	46
12 ความสนใจระดับการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	47
13 ภาพรวมความสนใจของประชาชน	47
14 ทักษะคดีของประชาชนต่อการเลือกตั้ง	48
15 ภาพรวมทักษะคดีของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเลือกตั้ง	48
16 ความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้ง	49
17 ภาพรวมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้ง	49
18 การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	50
19 เหตุผลในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	50
20 การแสดงออกต่อการรณรงค์ให้เป็นเขตปลอดการซื้อเสียง	51
21 ผลการรณรงค์ให้มีการเลือกตั้งอย่างสุจริต	51
22 การแสดงออกเมื่อพบว่ามีผู้มาซื้อสิทธิ	51
23 ช่วงเวลาดัดสันใจเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมือง	52
24 ภาพรวมพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	52
25 สื่อหรือแหล่งข่าวที่ทราบหรือติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง	53
26 พฤติกรรมที่ใช้ในการจูงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	53
27 องค์กรหลักที่ควรทำหน้าที่ในการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	54

ตารางที่	หน้า
28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	54
29 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	55
30 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	56
31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	57
32 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	58
33 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิฐานะกับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	59
34 ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจกับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	60
35 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	61
36 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง	62
37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	63



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Rajabhat Mahasarakham University

หัวเรื่อง	หน้า
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
ส่วนที่ 2 การสร้างกรอบความคิดในการวิจัย	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
1. ระเบียบวิจัยที่ใช้	33
2. ประชากร	34
3. กลุ่มตัวอย่าง	34
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	34
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
6. การเก็บและรวบรวมข้อมูล	40
7. การวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	65
สรุปผลการวิจัย	65
อภิปรายผล	66
ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	75
ประวัติผู้เขียน	82

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการสื่อสารทางการเมืองขั้นพื้นฐาน	10
2	ตัวแบบการสื่อสารทางการเมือง	15
3	กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ์ - ขายเสียง	32



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Rajabhat Mahasarakham University