

แบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจ ทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้ง ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

Model of Image of Politician and Political Knowledge
Understandings Influence People's Election Behavior in Nonthaburi
Province

ณิชนานา บรรจงจิตร¹ อาณดา วณิชทักษ์² พรพงษ์ ปอประพันธ์³ และกาญจนากรธ แก้วทิพย์⁴

Nichanad Banchongchit, Arnada Wanittak, Pornpong Porpraphant and
Karnchanart Karwthip

Received: May 2, 2023 Revised: May 27, 2023 Accepted: June 27, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบแบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนนทบุรีที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 160 ตัวอย่าง โดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ได้ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.872 และผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เท่ากับ 0.918 ผลการศึกษาพบว่า (1) แบบจำลองที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก

¹สังกัดนักวิจัยอิสระ; Independent Researcher, E-mail: nichanad2503@gmail.com

²สังกัดนักวิจัยอิสระ; Independent Researcher, E-mail: 530883@egat.co.th

³สังกัดนักวิจัยอิสระ; Independent Researcher, E-mail: pornpongsukhy@gmail.com

⁴สังกัดนักวิจัยอิสระ; Independent Researcher, E-mail: karnchanart@gmail.com

ค่าสถิติ $\chi^2 = 50.347$, $df = 42$, $\chi^2/df = 1.199$, $P\text{-value} = 0.176$, $RMR = 0.029$, $GFI = 0.989$, $RMSEA = 0.035$ และ $CFI = 0.922$ แสดงให้เห็นว่า ค่าสถิติความสอดคล้องของแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และ (2) ตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มากที่สุดคือ ภาพลักษณ์ของนักการเมือง รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.466 และ 0.379 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ของนักการเมือง ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง พฤติกรรมการเลือกตั้ง

Abstract

This research aims to test model of Image of politician and political knowledge understandings influence people's election behavior in Nonthaburi province through developed empirical data. And to analyze influence image of politician and political knowledge understandings to people's election behavior in Nonthaburi province. The data collected by questionnaires from 160 respondents who people living in in Nonthaburi province. The research sampling was convenience sampling. The index of item-objective congruence (IOC) was 0.872 and reliability value of 0.918. The result of study revealed that (1) the model developed by the researcher was congruent with the empirical data $\chi^2 = 50.347$, $df = 42$, $\chi^2/df = 1.199$, $P\text{-value} = 0.176$, $RMR = 0.029$, $GFI = 0.989$, $RMSEA = 0.035$ และ $CFI = 0.922$; shows that the statistical value of the model congruence of the model through developed by the researcher with the empirical data, In accordance with the assumption. And (2) the latent variable which the highest influence people's election behavior in Nonthaburi province was Image of politician and secondly was political knowledge understandings with the coefficient influence at 0.466 and 0.379 statistical, respectively.

Keywords: Image of politician, political knowledge understanding, election behavior

บทนำ

การเลือกตั้งมีความสำคัญมากในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยเป็นการแสดงออกทางด้านสิทธิเสรีภาพทางความคิดของประชาชนในการเลือกตัวแทนในการปกครองแต่ละระดับของประเทศ การเลือกตั้งจึงเป็นกลไกการใช้อำนาจอธิปไตยโดยการใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนมีนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วมตามแนวทางที่ตนต้องการ และเป็นกลไกที่จะควบคุมให้ผู้แทนที่ดำรงตำแหน่งจากการเลือกตั้งตระหนักอยู่เสมอว่าต้องมีความรับผิดชอบต่อประชาชน เพราะประชาชนเป็นผู้กำหนดอนาคตทางการเมืองของตนด้วยการเลือกหรือไม่เลือก การเลือกตั้งจึงมีผลกระทบต่อการพัฒนาทางการเมือง โดยประชาชนจะสำนึกถึงความจำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่พลเมืองในการมีส่วนร่วมในการเลือกผู้แทนเลือกรัฐบาล (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561)

การที่นักการเมืองคนใดจะได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง ซึ่งหมายถึงการได้รับเสียงข้างมากเพื่อให้สามารถเข้ามาบริหารจัดการท้องถิ่นได้ มิได้ตัดสินกันที่ความโดดเด่นของตัวนโยบายหรือความเป็นสถาบันการเมืองขนาดใหญ่หรือเล็ก เป็นบุคคลหรือพรรคที่มีอายุเก่าแก่หรือเป็นบุคคลหรือพรรคใหม่ หรือแม้กระทั่งความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของตัวผู้สมัครแต่ละคนเพียงเท่านั้น แต่ชัยชนะที่จะเกิดขึ้นนั้นล้วนขึ้นอยู่กับว่าบุคคลหรือพรรคการเมืองนั้นจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองที่ดีให้กับผู้สมัครของตนเองได้เพียงใด การสร้างภาพลักษณ์ไม่สามารถปลูกฝังในจิตใจของประชาชนได้ในทันที หรือเกิดจากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเพียงไม่กี่ครั้ง แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความถี่ของข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับ ดังนั้นภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่ประชาชนจะจำติดตานั้นจะต้องสื่อสารไปในทุกช่องทางเท่าที่จะทำได้และกระทำอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์ของนักการเมืองจึงมีความสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและสามารถสร้างแรงสนับสนุนจากประชาชนได้เป็นอย่างดี (อริสา เหล่าวิชยา, 2556) ประกอบกับกระแสความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้ประชาชนสามารถที่จะเลือกบริโภคข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลายและทั่วถึงมากกว่าในอดีต นักการเมืองส่วนใหญ่จึงต้องระมัดระวังการให้สัมภาษณ์กับสื่ออย่างมาก ภาพลักษณ์ของนักการเมืองจึงเป็นเครื่องมือในการต่อสู้ทางการเมืองและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกที่จะเข้าไปกำหนดผู้แทนประชาชนในการเข้าไปบริหารประเทศ

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในราชอาณาจักรไทยที่ถูกกำหนดให้เป็นเขตเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป เนื่องจากจังหวัดนนทบุรีนั้นมีพื้นที่กว้างใหญ่และมี

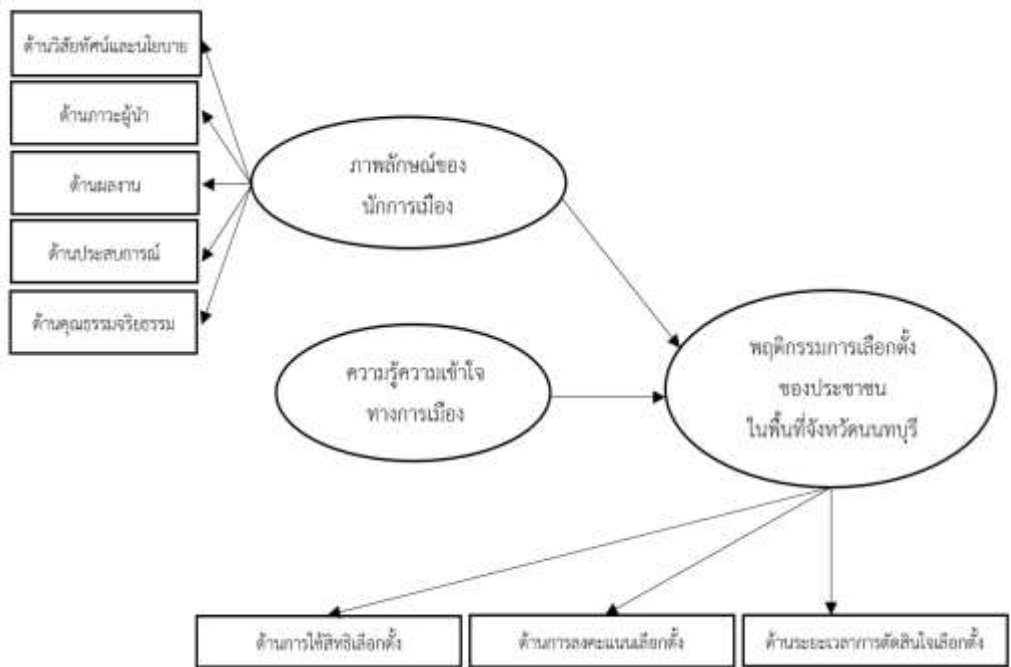
ประชากรมากเป็นผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง 1,285,637 คน เฉลี่ยจำนวนราษฎร 162,766 คนต่อ สส.แบบแบ่งเขตหนึ่งคน คณะกรรมการการเลือกตั้งจึงประกาศแบ่งเขตการเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้งออกเป็น 8 เขต ประกอบด้วย เขต 1 อำเภอเมือง นนทบุรี (ตำบลบางกระสอ ตำบลท่าทราย และตำบลบางเขน) เขต 2 อำเภอเมืองนนทบุรี (ตำบลบางกร่าง ตำบลบางศรีเมือง ตำบลบางรักน้อย ตำบลสวนใหญ่ และตำบลตลาดขวัญ) เขต 3 อำเภอเมืองนนทบุรี (ตำบลบางไผ่) อำเภอบางกรวย เขต 4 อำเภอปากเกร็ด (ตำบลบาง พุด ตำบลบ้านใหม่ ตำบลคลองเกลือ และตำบลบางตลาด) เขต 5 อำเภอเมืองนนทบุรี (ตำบล ไทรมา) อำเภอปากเกร็ด (ยกเว้นตำบลบางพุด ตำบลบ้านใหม่ ตำบลคลองเกลือ และตำบลบาง ตลาด) อำเภอบางบัวทอง (ตำบลลำโพ และตำบลละหาร) เขต 6 อำเภอบางใหญ่ เขต 7 อำเภอบางบัวทอง (เฉพาะตำบลบางบัวทอง ตำบลพิมลราช และตำบลโสนลอย) และอำเภอไทรน้อย (ตำบลไทรน้อย และตำบลคลองขวาง) และเขต 8 อำเภอบางบัวทอง (ตำบลบางคูรัด ตำบลบาง รักพัฒนา และตำบลบางรักใหญ่) และอำเภอไทรน้อย (ยกเว้นตำบลไทรน้อย และตำบลคลอง ขวาง) (คณะกรรมการเลือกตั้ง, 2566) ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา แบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และการทำความเข้าใจถึง พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมพฤติกรรม การเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุงให้เป็นกระบวนการที่ส่งเสริมความเข้มแข็งของระบอบประชาธิปไตยของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทาง การเมือง ต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ภาพลักษณ์ของนักรการเมือง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
2. ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนนทบุรีที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีทั้งสิ้นจำนวน 2,122,280 คน (ข้อมูลกระทรวงมหาดไทย ณ 31 มีนาคม 2565)

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับ Structural Equation Model (SEM) คือ การใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 10-20 เท่า ของพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า หรือจำนวนเส้นทาง

(path) แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในโมเดลตามกรอบแนวคิดการวิจัย (Kline, 2011, p. 188-195) โดยกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 (Hoelter, 1983, p. 325-344) จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 8 ตัวแปร และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 20 เท่าของค่าพารามิเตอร์ (Schumacker & Lomex, 2010) คือ $8 \times 20 = 160$ ดังนั้น เพื่อความน่าเชื่อถือของการวิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 160 ตัวอย่าง ถือได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามเงื่อนไขและใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ เป็นการวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ของนักรการเมือง จำนวน 30 ข้อ แบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์และนโยบาย จำนวน 6 ข้อ ด้านภาวะผู้นำ จำนวน 6 ข้อ ด้านผลงาน จำนวน 6 ข้อ ด้านประสบการณ์ จำนวน 6 ข้อ และด้านคุณธรรมจริยธรรม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจทางการเมือง จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 15 ข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ด้านการใช้สิทธิเลือกตั้ง จำนวน 5 ข้อ ด้านการลงคะแนนเลือกตั้ง จำนวน 5 ข้อ และด้านระยะเวลาการตัดสินใจเลือกตั้ง จำนวน 5 ข้อ

โดยแบบสอบถามตอนที่ 2 ถึงตอนที่ 4 เป็นคำถามแบบเรียงลำดับ (Interval Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึงระดับ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Congruence; IOC) โดยเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.872 หลังจากนั้นมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha

coefficient; α) โดยผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.918 แสดงว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีประสิทธิภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจริงพร้อมกับชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 160 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูล และหนังสือทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย การใช้สถิติ และประกอบการวิเคราะห์ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

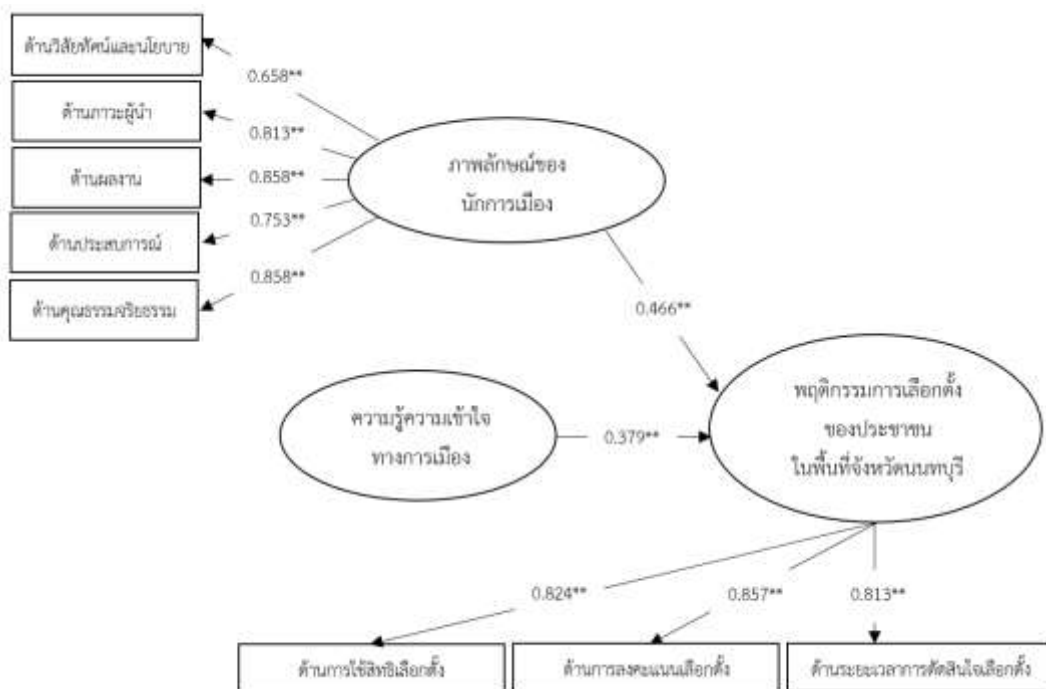
ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 92 คน (ร้อยละ 56.25) มีอายุ 31 - 40 ปีจำนวน 54 คน (ร้อยละ 33.75) มีสถานภาพสมรส จำนวน 95 คน (ร้อยละ 59.38) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน (ร้อยละ 38.75) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 - 45,000 บาท จำนวน 58 คน (ร้อยละ 36.25) และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 65 คน (ร้อยละ 40.63) และพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของนักการเมือง ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.879) ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.679) และพบว่า พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.748) สำหรับผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. ผลการตรวจสอบภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์สอดคล้องคือ $\chi^2 = 50.347$, $df = 42$, $\chi^2/df = 1.199$, $P\text{-value} = 0.176$ แสดงว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า $RMR = 0.029$, $GFI = 0.989$, $RMSEA = 0.035$ และ $CFI = 0.922$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานโดยตัวแปรสังเกตได้ที่นำมาใช้วัดตัวแปรแฝงสำหรับการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ค่าสถิติความสอดคล้องของแบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ดังตารางที่ 1 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองโดยรวม

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
χ^2/df	<2	1.199	ผ่านเกณฑ์
GFI	>0.95	0.989	ผ่านเกณฑ์
AGFI	>0.90	0.965	ผ่านเกณฑ์
CFI	>0.95	0.922	ผ่านเกณฑ์
RMR	<0.05	0.029	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	<0.05	0.035	ผ่านเกณฑ์



χ^2 เท่ากับ 50.347, df เท่ากับ 42, ค่า χ^2/df เท่ากับ 1.199, ค่า p-value เท่ากับ 0.176, ค่า RMSEA เท่ากับ 0.035,

ค่า RMR เท่ากับ 0.029, ค่า GFI เท่ากับ 0.989, ค่า CFI เท่ากับ 0.922 และ ค่า AGFI เท่ากับ 0.965

ภาพที่ 2 ค่าสถิติจากแบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมของตัวแปรแฝงในแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นพบว่า ตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลรวมต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีมากที่สุดคือ ภาพลักษณ์ของนักการเมือง รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.466 และ 0.379 ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมือง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.466 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.379 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การวิเคราะห์แบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตรวจสอบภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรแฝงจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรภาพลักษณ์ของนักการเมือง ตัวแปรความรู้ความเข้าใจทางการเมือง และตัวแปรพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองพบว่า χ^2 เท่ากับ 50.347, df เท่ากับ 42, ค่า χ^2/df เท่ากับ 1.199, ค่า p-value เท่ากับ 0.176, ค่า RMSEA เท่ากับ 0.035 ค่า GFI เท่ากับ 0.989 และ ค่า AGFI เท่ากับ 0.965 ซึ่งผลจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อค้นพบที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เนื่องจากประชาชนในจังหวัดนนทบุรีจะให้ความสำคัญกับการเลือกตั้งโดยพิจารณาจากตัวบุคคลที่เป็นนักการเมืองเป็นหลัก ดังนั้น นักการเมืองที่ลงสมัครเลือกตั้งจะต้องมีคุณสมบัติที่ประชาชนต้องการ ได้แก่ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นผู้นำ เป็นบุคคลน่าไว้วางใจ มีความรับผิดชอบ และมีความรู้ความสามารถ เป็นที่บุคคลที่เป็นที่พึ่งพาแก่ประชาชนในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนได้ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่ประชาชนอาจรับรู้จากชื่อเสียง หรือผลงานที่ผ่านมาในอดีต และผสมผสานกับข้อเท็จจริงตามความรู้ความเข้าใจทางการเมืองของ

ประชาชนที่มีอยู่ ทำให้กลายเป็นภาพจำและอยู่ในความรู้สึกของประชาชนตลอดมาซึ่งยากต่อการเปลี่ยนแปลง และหากต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงก็ต้องผ่านกระบวนการตามที่ได้กล่าวมา และไม่สามารถกระทำได้อย่างในระยะเวลาอันสั้น โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐวรัญช์ เขียววิจิตร (2565) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ส่งผลต่อการเลือกตั้งมากที่สุด โดยเฉพาะภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการทุ่มเททำงานอย่างหนักเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน เป็นการแสดงให้เห็นว่าเป็นบุคคลที่เหมาะสมกับตำแหน่ง และเหมาะสมกับสถานการณ์ของบ้านเมืองในช่วงเวลานั้น

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี พบว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมือง มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อตัวแปรแฝง พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.466 แสดงให้เห็นว่า นักการเมืองควรมีภาพลักษณ์ที่สามารถเข้ามาจัดการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับบ้านเมืองได้ มีทักษะในการสื่อสาร เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานบ้านเมือง แสดงให้เห็นถึงการทุ่มเทการทำงานเพื่อประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมเป็นหลัก ดังนั้น ภาพลักษณ์ของนักการเมืองจึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชน โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัสวศิริ ลาปี่อี (2556) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ผู้สมัครรับเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติและบุคลิกลักษณะ ด้านหน้าที่ตามกฎหมาย ด้านบทบาทต่อการบริหารงานในท้องถิ่น และด้านผลงาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพรัช โชติพันธ์ (2564) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ที่ประชาชนพึงประสงค์ คือ เป็นบุคคลที่มีอุดมการณ์ มุ่งมั่นในการทำงาน เป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีเอกลักษณ์ด้านความตรงต่อเวลา ไม่ให้ใครรอนาน เป็นผู้มีช่องทางที่สามารถติดต่อได้สะดวก 24 ชั่วโมง และเข้าถึงทุกพื้นที่ ทำให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความรักเลื่อมใส

ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อตัวแปรแฝง พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.379 เป็นเพราะว่า ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองมีความสำคัญต่อการพัฒนาการเมืองการปกครอง โดยความรู้ความเข้าใจทางการเมืองของประชาชนสามารถนำมาใช้ควบคุมกำกับและตรวจสอบการทำงานของนักการเมืองเพื่อตอบสนอง

ความต้องการของประชาชนให้เป็นไปได้ด้วยความโปร่งใสและเพื่อรักษาสถิติประโยชน์ของประเทศชาติ โดยผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพัฒพงศ์ แยมอิม (2562) ที่พบว่า ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระดับดี โดยประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเลือกตั้งเป็นเรื่องที่สำคัญต่อประชาชนและการพัฒนาประเทศเป็นอย่างยิ่ง และในการเลือกตั้งประชาชนมีความคิดเห็นว่าจะต้องเลือกบุคคลผู้ที่มีความรู้ ความสามารถมากกว่าที่จะเลือกญาติพี่น้องของตนเอง

สรุปองค์ความรู้

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาแบบจำลองภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี พบได้ว่า สถาบันทางการเมืองควรดำเนินแนวทางและนโยบายที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางและปฏิบัติหน้าที่โดยยึดประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับเป็นหลัก และให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรนักการเมืองหรือสมาชิกพรรคที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารกิจการบ้านเมือง มีประสบการณ์ทางการเมืองมีผลงานที่โดดเด่น เป็นบุคคลที่มีคุณธรรมจริยธรรมอันดี และต้องเป็นบุคคลที่ทุ่มเทการทำงานเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง อันจะเป็นหนทางที่จะสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจและเกิดเป็นความศรัทธาแก่ประชาชน จึงจะสร้างความจดจำต่อภาพลักษณ์ที่ดีของนักการเมืองได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมหลักการประชาธิปไตยเพื่อสร้างความตระหนักให้ประชาชนมีความเป็นเจ้าของสิทธิในการมอบความไว้วางใจในการเลือกตั้งเพื่อเลือกนักการเมืองที่ดีได้เข้าไปบริหารประเทศ
2. ภาครัฐควรมีนโยบายให้สถานศึกษาสนับสนุนให้มีกิจกรรมเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนกล้าที่จะมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคมเพื่อกระตุ้นให้เยาวชนรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นการปลูกฝังความรู้ด้านระบอบประชาธิปไตย
3. ควรส่งเสริมการพัฒนาภาพลักษณ์ของนักการเมืองและพรรคการเมืองในการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสถาบันทางการเมือง รวมถึงการนำนโยบายที่

แถลงต่อประชาชนมาสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. นักการเมืองควรมีการสื่อสารทางการเมืองที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดการยอมรับและความน่าเชื่อถือทางการเมืองให้เกิดขึ้นแก่คนรุ่นใหม่ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนักการเมือง
2. ควรส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองอย่างถูกต้องเพื่อการเลือกตั้งทางการเมืองเป็นไปอย่างโปร่งใสตรวจสอบได้
3. ควรส่งเสริมการเรียนรู้ระบอบประชาธิปไตยแก่เยาวชน โดยบรรจุเป็นรายวิชาในหลักสูตรอย่างจริงจัง รวมทั้งสอดแทรกความรู้ด้านประชาธิปไตยในรายวิชาต่าง ๆ และการจัดให้กิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้
4. ควรมุ่งเน้นเสริมสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนให้เห็นว่า การเลือกตั้งเป็นการแสดงออก ซึ่งเป็นอำนาจที่ประชาชนทุกคนมีอยู่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการศึกษาภาพลักษณ์ของนักการเมือง และความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในจังหวัดอื่น เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นมุมมองของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของนักการเมืองในการนำมาปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ของนักการเมืองและสถาบันทางการเมืองให้เป็นไปตามที่ประชาชนต้องการและเป็นการพัฒนาการเมืองของประเทศให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการเลือกตั้ง. (2566). **จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง จำนวนเขตเลือกตั้ง และท้องที่ที่ประกอบเป็นเขตเลือกตั้ง**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2566 จาก <https://www.itax.in.th/media/เขตเลือกตั้ง-2566-นทบุรุษ-ท/>
- ณัฐวรัญชน์ เขียววิจิตร. (2565). **จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์**. ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไพรัช โชติพันธุ์. (2564). **การสร้างภาพลักษณ์ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยาง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**, ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (2564) พฤษภาคม-สิงหาคม, 105-118.
- สุพัฒพงศ์ แยมอิม. (2562). **ทัศนคติของประชาชนในการเลือกตั้งท้องถิ่น กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสาร มจร. ทรัพยากรชัยบริหารศน์**, ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 มกราคม – มิถุนายน, หน้า 10-19.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). **การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- อริสา เหล่าวิชยา. (2556). **ภาพลักษณ์นักการเมือง. วารสารนักบริหาร**, ปีที่ 33 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน, 57-62.
- อศศิริ ลาปือ. (2556). **ภาพลักษณ์นักการเมืองกับพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในระดับท้องถิ่น ศึกษากรณีการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองควนลัง จังหวัดสงขลา. วารสารวิทยบริการ ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม**, 189-199.
- Hoelter, J. W. (1983). The Analysis of Covariance Structures: Goodness-of-fit Indices. **Sociological Methods and Research**, 11(3), 325–344.
- Kline, R.B. (2011). **Principle and Practice of Structural Equation Modeling**. 3rded. New York: The Guilford Press.
- Schumacker, Randall E. & Lomex Richard G. (2010). **A beginner's guide to structural equation modeling**. (3nded.). New York: Taylor and Francis group, LLC.