

พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนที่มีอายุ 18 – 30 ปี (GEN Z) ในจังหวัดสมุทรปราการ*

VOTING BEHAVIOR OF PEOPLE AGED 18-30 (GENERATION Z) IN SAMUT PRAKAN PROVINCE

ธนิษฐา ร่มพุดตาล

Thanistha Romputtal

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Sciences Kasetsart University, Thailand

Corresponding Author's Email: Thanistharom@gmail.com

วันที่รับบทความ : 18 มีนาคม 2569; วันแก้ไขบทความ 24 มีนาคม 2569; วันตอบรับบทความ : 26 มีนาคม 2569

Received 18 March 2026; Revised 24 March 2026; Accepted 26 March 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการเป็นองค์กรความรู้ขององค์กรรวมทั้งศึกษาลักษณะสำคัญ ปัจจัยสนับสนุนตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ภายในองค์กรการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรในองค์กรที่ทำการศึกษาซึ่งได้มาจากการสุ่มตามความเหมาะสมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ลักษณะขององค์กรความรู้ ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ การให้ความสำคัญกับความรู้เป็นทุนหลักขององค์กรการส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ระบบและกระบวนการจัดการความรู้ที่ชัดเจนการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการจัดการความรู้บทบาทของผู้นำในการส่งเสริมองค์กรความรู้ และการ

Citation:



* ธนิษฐา ร่มพุดตาล. (2569). พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนที่มีอายุ 18 – 30 ปี (GEN Z) ในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 4(2), 1189-1202.

Thanistha Romputtal. (2026). Voting Behavior Of People Aged 18-30 (Generation Z) In Samut Prakan Province. Modern Academic Development and Promotion Journal, 4(2), 1189-1202.;

DOI: <https://doi.org/10.>

<https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/>

นำความรู้ไปใช้เพื่อพัฒนาและสร้างนวัตกรรม ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการเป็นองค์กรความรู้ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และคำถามปลายเปิดการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยการแจกแบบสอบถามทั้งในรูปแบบเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์ ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการเป็นองค์กรความรู้ขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการให้ความสำคัญกับความรู้เป็นทุนหลักขององค์กร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการจัดการความรู้ อย่างไรก็ตามด้านการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปใช้เพื่อสร้างนวัตกรรม ยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม อุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ข้อจำกัดด้านเวลา ภาระงานที่สูงและการขาดกลไกสนับสนุนจากองค์กรผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรความรู้ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: องค์กรความรู้, การจัดการความรู้, การเรียนรู้ในองค์กร, นวัตกรรมองค์กร

Abstract

This research article aims to examine the level of knowledge organization within an organization, as well as to investigate its key characteristics, supporting factors, and the problems and obstacles in knowledge management within the organization. This study employed a survey research design using a quantitative research methodology. The sample consisted of personnel within the organization under study, selected through appropriate sampling methods.

The research instrument was a questionnaire developed by the researcher based on a review of relevant literature, concepts, and theories. The questionnaire was divided into four parts: Part 1 collected general information of the respondents; Part 2 examined the characteristics of a knowledge organization, covering seven aspects, namely: prioritizing knowledge as the organization's core capital; promoting continuous learning among personnel; having clear knowledge management systems and processes; facilitating

knowledge exchange and sharing within the organization; utilizing information technology to support knowledge management; the role of leadership in promoting a knowledge organization; and the application of knowledge for development and innovation. Part 3 focused on the problems and obstacles in becoming a knowledge organization, and Part 4 gathered additional suggestions. The questionnaire used a five-point rating scale along with open-ended questions. Data collection was conducted through both paper-based and online questionnaires. The collected data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research findings indicate that the overall level of knowledge organization status is high. Especially in the aspect of prioritizing knowledge as a core organizational asset. The use of information technology to support knowledge management is evident. However, further development is needed in the areas of knowledge exchange and sharing, and the application of knowledge to create innovation. Key obstacles include time constraints, high workloads, and a lack of organizational support mechanisms. The research findings can be used as a guideline for developing organizations into effective and sustainable knowledge organizations.

Keywords: Knowledge organization, Knowledge management, Organizational learning, Organizational innovation

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทิศทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศ โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคที่ประชากรกลุ่ม Generation Z (Gen Z) มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งในฐานะกำลังแรงงาน พลเมืองผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมทางสังคม โดยในปี พ.ศ. 2568 คน Generation Z มีอายุประมาณ 18–28 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มมีบทบาททางสังคมและการเมืองอย่างเป็นรูปธรรม

Generation Z เป็นกลุ่มประชากรที่เติบโตมาในบริบทของโลกดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ แตกต่างจากคนรุ่นก่อน เช่น Generation X และ Generation Y ที่ต้องปรับตัวเข้าสู่เทคโนโลยี ภายหลัง คน Gen Z เติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและหลากหลาย ส่งผลให้มีทักษะด้านดิจิทัลสูง สามารถสื่อสาร แสดงความคิดเห็นและรวมกลุ่มทางสังคมได้ง่าย โดยเฉพาะในพื้นที่ออนไลน์

ในบริบทของสังคมไทย การเข้าถึงข้อมูลอย่างกว้างขวางทำให้คน Generation Z มีระดับความตื่นตัวทางสังคมและการเมืองสูงขึ้น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาค ความเป็นธรรมทางสังคม ความโปร่งใสของภาครัฐ และโอกาสทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียม ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกสะท้อนลักษณะของคนรุ่นใหม่ที่มีมุมมองแบบพลเมืองโลก (global citizen) นอกจากนี้ รูปแบบการมีส่วนร่วมของคน Gen Z ยังแตกต่างจากคนรุ่นก่อน โดยเน้นการใช้สื่อดิจิทัลเป็นพื้นที่หลักในการแสดงความคิดเห็น การรณรงค์ และการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงจากการเมืองแบบดั้งเดิมไปสู่การเมืองแบบเครือข่ายและการเมืองออนไลน์

ในด้านเศรษฐกิจและสังคม คน Generation Z ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความไม่มั่นคงทางการจ้างงาน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและความคาดหวังต่อบทบาทของรัฐและนโยบายสาธารณะ โดยคน Gen Z จำนวนมากให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการศึกษา การสร้างงานที่มีคุณภาพ ระบบสวัสดิการ ความมั่นคงในชีวิตและคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ในมิติทางการเมืองคน Generation Z ถือเป็นกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีศักยภาพและมีอิทธิพลต่อผลการเลือกตั้งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มตัดสินใจเลือกตั้งจากนโยบายและอุดมการณ์มากกว่าตัวบุคคลหรือเครือข่ายอุปถัมภ์ อย่างไรก็ตาม ภายในกลุ่มยังมีความหลากหลายในระดับความสนใจทางการเมือง ความเชื่อมั่นต่อระบบการเลือกตั้ง และพฤติกรรมการใช้สิทธิจริงแม้คน Generation Z จะมีบทบาทเพิ่มขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดและความท้าทาย เช่น ความสับสนจากข้อมูลจำนวนมากในโลกออนไลน์ ปัญหาข่าวปลอม การบิดเบือนข้อมูลทางการเมือง และความไม่ไว้วางใจต่อสถาบันทางการเมือง ซึ่งอาจทำให้บางส่วนลังเลในการเข้าร่วมกระบวนการทางการเมืองอย่างเป็นทางการ เช่น การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

ดังนั้น Generation Z จึงเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อสังคมไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต การทำความเข้าใจลักษณะ ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมของคน Gen Z จะช่วยให้ภาครัฐพรรคการเมือง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถออกแบบนโยบายและกลไกการมีส่วนร่วม

ร่วมที่สอดคล้องกับบริบทของคนรุ่นใหม่ได้อย่างเหมาะสม และนำไปสู่การพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับและลักษณะพฤติกรรมการเลือกตั้ง ของประชาชนอายุ 18 - 30 ปี ในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารและสื่อ ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกตั้ง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติทางการเมือง ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกตั้ง
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านปัจจัยทางสังคมและกลุ่มอ้างอิง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้ง
5. เพื่อเสนอแนวทาง/ข้อเสนอเชิงนโยบายในการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ในจังหวัดสมุทรปราการ

การทบทวนวรรณกรรม

วิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนที่มีอายุ 18 - 30 ปี (GEN Z) ในจังหวัดสมุทรปราการ” แนวคิดทฤษฎีที่จะใช้เป็นกรอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ความเป็นมาของสิทธิการเลือกตั้งและการออกเสียงเลือกตั้ง ได้มีแนวคิดและวิวัฒนาการต่อเนื่องกันมาควบคู่กันไปกับความเปลี่ยนแปลงของสังคม จนกระทั่งในสังคมประชาธิปไตยปัจจุบันของประเทศต่าง ๆ ได้ยึดถือทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกตั้งอยู่ 2 ทฤษฎี ดังนี้ 1) ทฤษฎีว่าด้วยการออกเสียงเลือกตั้ง เป็นสิทธิ ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานอยู่บนหลักการที่ว่าอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน (The Sovereignty Of The People) 2) ทฤษฎีว่าด้วยการออกเสียงเลือกตั้งเป็นหน้าที่ ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานอยู่บนหลักการที่ว่าอำนาจอธิปไตยเป็นของชาติ (The National Sovereignty)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง พฤติกรรมการเลือกตั้ง เป็นกระบวนการที่ประชาชนตัดสินใจว่าจะ ไปใช้สิทธิหรือไม่ และจะเลือก ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองใด ซึ่งสะท้อนทั้งระดับ ปัจเจกบุคคล และ โครงสร้างสังคมการเมือง นักวิชาการได้เสนอแนวคิดหลัก ๆ

แนวคิดและความหมายขององค์กรความรู้ องค์กรความรู้มองว่า “ความรู้” คือ ทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์ที่สร้างคุณค่าได้มากกว่าเครื่องมือวัสดุ หรือทรัพย์สินทางกายภาพ เพราะความรู้สามารถต่อยอดเป็นประสิทธิภาพ นวัตกรรม และความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ องค์กรจึงบริหารความรู้ในฐานะ “ทุน” (capital) ที่ต้องลงทุนสะสมและใช้ให้เกิดผล

แนวคิดความตื่นตัวทางการเมือง ความตื่นตัวทางการเมืองจึงเป็นที่มาของการ แสดงออกทางการเมืองผ่านการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆแต่ไม่ได้มองว่าเป็นเพียง “วิธีการ” ทางการเมืองเท่านั้น แต่ยังเป็น “เป้าหมาย” สำคัญยิ่งในการพัฒนาทางการเมืองอีกด้วย เพราะ หากทำให้ประชาชนได้เมื่อประชาชนมีระดับความตื่นตัวทางการเมืองและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องในทิศทางที่สร้างสรรค์ ย่อมสามารถเข้ามามีบทบาทในการติดตาม ตรวจสอบ และ ประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมดังกล่าวมีส่วน สำคัญในการส่งเสริมความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการบริหารงานที่คำนึงถึงประโยชน์ สาธารณะของประชาชนอย่างแท้จริง

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมทางการเมือง ความหมายของวัฒนธรรมทางการเมือง “วัฒนธรรมทางการเมือง” หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และบรรทัดฐานของประชาชน ที่มีต่อระบบการเมืองและการมีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมือง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ “รากฐานทางความคิดและพฤติกรรม” ที่กำหนดว่าประชาชนจะ เชื่อมโยงต่อด้านมีส่วนร่วมหรือ เฉยเมย ต่อการเมืองอย่างไรในบริบทไทย วัฒนธรรมทางการเมืองยังสะท้อนความสัมพันธ์เชิง อำนาจระหว่างรัฐกับประชาชน เช่น วัฒนธรรมการยอมรับอำนาจรัฐ การเคารพผู้นำ หรือการ ฟังพระบออุปถัมภ์

ทฤษฎีการเลือกตั้งอย่างมีเหตุผล ทฤษฎีการเลือกตั้งอย่างมีเหตุผล เป็นแนวคิดที่ อธิบายว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจเลือกตั้งโดยพิจารณาผลประโยชน์หรือต้นทุน-ผลตอบแทนที่ ตนคาดว่าจะได้รับ มองว่าผู้เลือกตั้งเป็น “มนุษย์เศรษฐกิจทางการเมือง” ที่ใช้เหตุผลและข้อมูล เพื่อตัดสินใจ

ทฤษฎีวัฒนธรรมทางการเมือง วัฒนธรรมทางการเมือง หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และแบบแผนพฤติกรรม ของประชาชนที่มีต่อระบบการเมือง สถาบันการเมือง ผู้นำ และบทบาทของตนในฐานะพลเมือง เป็น “รากฐานเชิงวัฒนธรรม” ที่หล่อหลอมความสัมพันธ์ ระหว่างรัฐกับประชาชนส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาหรือความมั่นคงของระบอบประชาธิปไตย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย “พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของประชาชนที่มีอายุ 18 – 30 ปี (GEN Z X) ในจังหวัดสมุทรปราการ” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในองค์กร/หน่วยงานที่ทำการศึกษา (เช่น หน่วยงานภาครัฐ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/องค์กรเอกชน ตามขอบเขตที่กำหนด) ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในช่วงเวลาที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรในองค์กรดังกล่าว ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างตามความเหมาะสม (เช่น การสุ่มแบบบังเอิญ หรือการสุ่มแบบแบ่งชั้น ตามโครงสร้างองค์กร) ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดตามแนวคิดของนักสถิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอและเป็นตัวแทนของประชากรอย่างเหมาะสม ตัวแปรต้น พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของประชาชนจังหวัดสมุทรปราการ คือ เพศ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้, ที่อยู่อาศัย, สถานภาพสมรส, ภูมิลำเนา ตัวแปรตาม พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของประชาชนที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จังหวัดสมุทรปราการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดสมุทรปราการ โดยอ้างอิงจากเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง และปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ลักษณะขององค์กรความรู้ 3) ปัญหาและอุปสรรคในการเป็นองค์กรความรู้ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือความตรงเชิงเนื้อหา นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้อง และความเหมาะสมของข้อคำถาม การทดลองใช้ ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนักร้อง 40 คน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจและความชัดเจนของแบบสอบถาม การตรวจสอบความเชื่อมั่น คำนวณค่าความเชื่อมั่นด้วยสถิติ Cronbach's Alpha โดยยอมรับค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปและระดับของตัวแปร ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พร้อมเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การเลือกตั้ง และเปรียบเทียบระดับคุณภาพพฤติกรรม การเลือกตั้งของประชาชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ในบทนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือเพศหญิง ร้อยละ 45.30 และกลุ่มเพศทางเลือก (LGBTQ+) ร้อยละ 8.00 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 66.00) ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 25.20) มีภูมิลำเนาเกิดจังหวัดสมุทรปราการ (ร้อยละ 82.00) และพักอาศัยห้องเช่ามากที่สุด (ร้อยละ 55.00)

2. ด้านการสื่อสารการเมือง ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57, SD = 0.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ และเห็นว่าการสื่อสารทางการเมืองบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งมากกว่าสื่อดั้งเดิม อยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.63, SD = 0.79$ และ 0.77 ตามลำดับ)

3. ด้านนโยบายและผลประโยชน์ ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60, SD = 0.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมืองที่มีนโยบายชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริงมากกว่าพรรคที่มีเพียงคำสัญญาทั่วไปอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.65, SD = 0.77$) รองลงมาคือ การให้ความสำคัญต่อการลงคะแนนให้ผู้สมัครหรือพรรคที่ช่วยเหลือชุมชนของตน ($\bar{x} = 4.64, SD = 0.73$) และการเปรียบเทียบนโยบายของพรรคการเมืองต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกตั้ง ($\bar{x} = 4.61, SD = 0.76$)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน เพศ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม (Sig. = .002) ภาพรวมพฤติกรรม การเลือกตั้งแตกต่างกันตามเพศ

(Sig. = .028) กลุ่ม LGBTQ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มเพศชายและเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ อายุไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกปัจจัย อาชีพไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้เฉลี่ยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้บางปัจจัยมีค่าใกล้เคียง .05 ระดับการศึกษาไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอธิบายเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบ โดยแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

ประการแรก ในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและอาศัยอยู่ในเขตเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในสังคมเมืองที่มีแนวโน้มเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากและมีความตื่นตัวทางการเมืองสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ Seymour Martin Lipset ที่อธิบายว่าระดับการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง และสอดคล้องกับ Verba and Nie ที่เสนอว่าทรัพยากรส่วนบุคคล เช่น การศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

ประการที่สอง ด้านการสื่อสารทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูงมาก และเห็นว่าสื่อดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองยุคดิจิทัลของ Manuel Castells ที่ชี้ให้เห็นว่าสังคมเครือข่าย (Network Society) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอย่างรวดเร็วและมีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติของประชาชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Pippa Norris ที่ระบุว่าสื่อใหม่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกตั้ง โดยเฉพาะในกลุ่มประชาชนที่เข้าถึงเทคโนโลยีสูง

ประการที่สาม ด้านนโยบายและผลประโยชน์ ผลการวิจัยพบว่าประชาชนให้ความสำคัญกับนโยบายที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริงมากที่สุด สะท้อนถึงการตัดสินใจเชิงเหตุผล (Rational Choice) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Anthony Downs ที่เสนอว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะเลือกพรรคหรือผู้สมัครที่ให้ผลประโยชน์สูงสุดแก่ตนเอง รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “policy voting” ที่ระบุว่าผู้เลือกตั้งจะเปรียบเทียบนโยบาย

ก่อนตัดสินใจ (Downs, 1957) และยังสัมพันธ์กับงานของ Key ที่อธิบายว่าผู้เลือกตั้งมักประเมินผลงานและศักยภาพของนโยบายเป็นหลัก

ประการที่สี่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่ม LGBTQ+ ที่มีระดับพฤติกรรมการเลือกตั้งต่ำกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านการเข้าถึงหรือความรู้สึกเป็นตัวแทนทางการเมือง (political representation) ที่ยังไม่ครอบคลุม สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความเหลื่อมล้ำทางการเมือง (political inequality) ที่เสนอโดย Robert Dahl และงานศึกษาด้านการเมืองอัตลักษณ์ (identity politics) ที่ชี้ว่ากลุ่มชายขอบมักมีส่วนร่วมทางการเมืองต่ำกว่ากลุ่มหลัก อย่างไรก็ตาม ตัวแปรด้านอายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจสะท้อนว่าปัจจัยเชิงโครงสร้างในสังคมเมืองมีความเป็นเนื้อเดียวกันมากขึ้น หรือการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เท่าเทียมผ่านสื่อดิจิทัลได้ลดช่องว่างระหว่างกลุ่มประชากร

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง และเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกตั้งตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาคือเพศหญิง และกลุ่มเพศทางเลือก โดยมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ และพักอาศัยในหอเช่าเป็นหลัก ในด้านการสื่อสารทางการเมืองพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการติดตามข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการรับรู้ข่าวสารออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม ขณะที่ด้านนโยบายและผลประโยชน์พบว่าประชาชนให้ความสำคัญในระดับสูงมาก โดยเฉพาะการเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมืองที่มีนโยบายชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริง รวมถึงการพิจารณาผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนของตนและการเปรียบเทียบนโยบายก่อนตัดสินใจเลือกตั้ง สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศเป็นปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกตั้ง โดยกลุ่ม LGBTQ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มเพศชายและเพศหญิง ในขณะที่ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการเลือกตั้งในบริบทปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากสื่อและนโยบายเป็นหลัก ขณะที่

ปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีบทบาทลดลง ยกเว้นประเด็นด้านเพศที่ยังคงมีผลต่อความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกตั้งอย่างชัดเจน ในส่วนข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) พรรคการเมืองควรพัฒนานโยบายที่ชัดเจน ปฏิบัติได้จริง และสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา 2) ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงประชาชน 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่มเพศอย่างเท่าเทียม 4) ลดอิทธิพลของระบบอุปถัมภ์โดยส่งเสริมความโปร่งใสและตรวจสอบได้ 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ 1) ควรศึกษาปัจจัยเชิงลึกด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก 2) ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังจังหวัดอื่นเพื่อเปรียบเทียบบริบท 3) ควรเพิ่มตัวแปรด้านอุดมการณ์ทางการเมืองหรือการมีส่วนร่วมทางดิจิทัล 4) ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเลือกตั้งในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรมพล ทองธรรมชาติ. (2541). *พฤติกรรมทางการเมือง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกษียร เตชะพีระ. (2556). *วัฒนธรรมการเมืองและประชาธิปไตยไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฟ้าเดียวกัน.
- คณกร ชาญณรงค์ และคณะ. (2567). *การเมืองเรื่องรูนในสังคมไทย*. 101 Public Policy Think Tank.
- จิราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2562). *การสื่อสารการเมือง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เขาวณะ ไตรมาส. (2545). *พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกร วิทิตานนท์. (2562). พฤติกรรมการเลือกตั้งท้องถิ่นของประชาชนในภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 3(1),102.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2543). *ความต่อเนื่องของประชาธิปไตยในประเทศไทย: การเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา 2543*. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการสมาคมรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย.

- ชเนศวร์ เจริญเมือง. (2544). *การเมืองท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คบไฟ.
- ธีรภัทร เสรีรังสรรค์. (2548). *การเมืองการปกครองไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทพงศ์ ตันตียวุฒิ. (2567). บทบาทและคุณลักษณะนักการเมืองไทยที่พึงประสงค์ของคนรุ่นใหม่ในระบอบประชาธิปไตย. *วารสารสังคมศาสตร์*, 7(1), 102.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประจักษ์ ก้องกีรติ. (2564). *การเมืองไทยหลังการชุมนุมปี 2563*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฟ้าเดียวกัน.
- เพียงกมล มานะรัตน์. (2547). *การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์. (2534). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มัลลิกา ฉิมพลี. (2554). การมีส่วนร่วมการเลือกทางการเมืองท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลถลุงเหล็ก อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์. ใน *วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2562). *ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก หน้า 1* (6 เมษายน 2562).
- ลิขิต ธีรเวคิน. (2552). *การเมืองไทยและประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มิสเตอร์ก๊อป.
- _____. (2529). *วัฒนธรรมทางการเมืองและการกล่อมเกลารเรียนรู้ทางการเมือง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัชร ไขยสาร. (2541). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- _____. (2544). *พฤติกรรมเลือกตั้ง*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิสุทธิ์ โปธิแทน. (2524). *การเลือกตั้งกับการเมืองไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2548). *การเมืองการปกครองท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สมาธรรม.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2551). *การรณรงค์การเลือกตั้ง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.

- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2566). *ข้อมูลผู้มีสิทธิเลือกตั้งและเขตเลือกตั้ง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *รายงานภาวะสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2555). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2563). *รายงานผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2568). *รายงานผลการเลือกตั้งท้องถิ่นระดับองค์การบริหารส่วนจังหวัด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2562). *การสื่อสารทางการเมือง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์. (2559). *พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในภาคเหนือ. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*.
- อัจฉริยา ประสิทธิ์วงศา. (2562). *การสื่อสารการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพรรคการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเจนเอเรชั่น. ใน วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- อุบลวรรณ สุภาแสน. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร. ใน วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร*.
- อัษฎางค์ ปาณิกบุตร. *แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิรูปการเมือง*. กรุงเทพฯ: สถาบันนโยบายการศึกษา. 2544
- เอกราช วรรณพงศ์ มัลลิก กาฉิมพลี. (2564). *การมีส่วนร่วมการเลือกตั้งทางการเมืองท้องถิ่นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลปะคำ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์. ใน วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.

- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Verba, S., & Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper & Row.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Dahl, R. A. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven: Yale University Press
- Key, V. O. (1966). *The Responsible Electorate*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lipset, S. M. (1960). *Political Man: The Social Bases of Politics*. New York: Doubleday.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.