



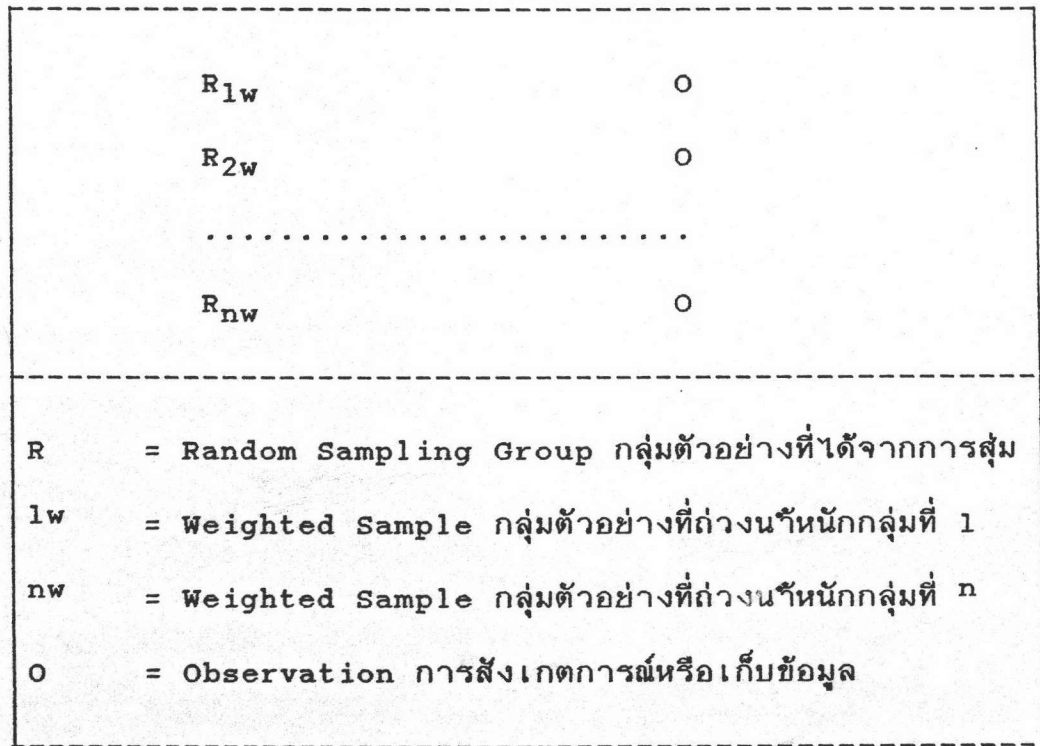
การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มุ่งไปที่แบบแผนของความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของคนไทยวัยต่าง ๆ ที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร นั่นคือการวิจัยเรื่องนี้ให้ความสนใจอิทธิพลของอายุ (age) และกลุ่มรุ่น (generation) ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการไปลงคะแนนเสียง โดยถือว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของสังคม (social bases) ที่มีต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทและมิติของสังคมและวัฒนธรรมไทย ดังที่ได้กล่าวในรายละเอียดมาแล้ว ในบทที่ 1 และ 2

ในบทนี้ จะเป็นการนำเสนอแบบแผนของการวิจัยและการดำเนินการวิจัย โดยจะได้กล่าวถึงการออกแบบการวิจัย ประชากรวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือเก็บข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล และวิธีวิเคราะห์ข้อมูล ในรายละเอียดตามลำดับ

แบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (survey research) ในลักษณะของการสำรวจอย่างตัดขวาง (cross-sectional design) ทั้งนี้โดย

การถ่วงน้ำหนัก กลุ่มการสำรวจที่มีขนาดแตกต่างกัน (weighted cross-sectional survey) และเปรียบเทียบความเห็นระหว่างกลุ่มต่าง ๆ (contrasting sample survey)¹ ดังแบบสมมุติในรูปที่ 3.1



รูปที่ 3.1 แบบการวิจัย

ประชากรวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรวิจัย

ประชากรวิจัย (research population) ในการศึกษาเรื่องนี้ได้แก่พลเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 952,712 คน (พ.ศ. 2535)² โดยมีรายละเอียดดังในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ประชากรของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัย

อายุ (ปี)	ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
0-5	55406	52647	108053	7.57	7.75
6-10	59805	57282	117087	8.20	15.70
11-15	57171	54604	111775	7.83	23.60
16-17	21772	21407	43179	3.02	26.62
18	11865	11257	23122	1.62	28.24
19	11590	11312	22902	1.60	29.84
20	11935	11452	23387	1.63	31.47
21	12761	12368	25129	1.76	33.23
22	13108	12714	25822	1.99	35.22
23	13872	13380	27252	1.90	37.12
24	14464	14490	28954	2.02	39.14
25	15109	14807	29916	2.09	41.23
26	15836	15511	31347	2.19	43.42
27	16510	15719	32229	2.25	45.67
28	16238	15972	32210	2.25	47.92
29	16288	15895	32183	2.25	50.17
30	16355	15961	32316	2.26	52.43
31	16837	16089	32926	2.30	54.73
32	16791	16296	33087	2.31	57.04
33	15911	15307	31218	2.18	59.22
34	15480	14935	30415	2.13	61.35
35	14608	13822	28430	1.99	63.34

ตารางที่ 3.1 ประชากรของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัย (ต่อ)

อายุ (ปี)	ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
36	13870	13531	27401	1.92	65.26
37	13029	12526	25555	1.79	67.05
38	11994	11632	23626	1.65	68.70
39	10848	10309	21157	1.48	70.18
40	10085	9571	19656	1.37	71.55
41	10012	9406	19418	1.36	72.91
42	9130	8469	17599	1.23	74.14
43	8162	7485	15647	1.09	75.24
44	7300	6681	13981	0.97	76.20
45	5840	5195	11035	0.77	76.97
46	5890	4991	10881	0.76	77.73
47	5935	5286	11221	0.78	78.51
48	6094	5321	11415	0.79	79.30
49	5937	5660	11597	0.81	80.11
50	5749	5382	11131	0.77	80.88
51	5569	5301	10870	0.76	81.64
52	6029	5744	11773	0.82	82.46
53	5957	5726	11683	0.81	83.27
54	5853	5884	11737	0.82	84.09
55	6041	5924	11965	0.83	84.92
56	6257	5942	12199	0.85	85.77
57	6450	6262	12712	0.89	86.66

ตารางที่ 3.1 ประชากรของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัย (ต่อ)

อายุ (ปี)	ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
58	6558	6475	13033	0.91	87.57
59	6194	6141	12335	0.86	88.43
60	5493	5389	10882	0.76	89.19
61	5170	5160	10330	0.72	89.91
62	5227	5040	10267	0.72	90.63
63	4805	4658	9463	0.66	91.29
64	4601	4456	9057	0.63	91.92
65	4364	4239	8603	0.60	92.52
66	3626	3604	7230	0.50	93.02
67	3336	3233	6569	0.46	93.48
68	3208	3086	6294	0.44	93.92
69	3121	3215	6336	0.44	94.36
70	3010	2998	6008	0.42	94.78
71+	23107	25505	74117	5.19	100.00

ที่มา : สำนักงานกลางทะเบียนราษฎร, ข้อมูลราษฎร, มกราคม 2535.

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling method) โดยใช้คุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชากรวิจัยเป็นสัดส่วนในการกำหนดโควตา อันได้แก่ เพศ ระดับอายุ ระดับการศึกษา กลุ่มรายได้ กลุ่มอาชีพ ที่อยู่อาศัย มาเป็นตัวกำหนดจำนวนของแต่ละกลุ่มย่อย ทั้งนี้เพื่อทำให้มีสัดส่วนใกล้เคียงกับคุณลักษณะประชากรวิจัยมากที่สุด คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างวิจัยมีรายละเอียดดังในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	215	58.6
หญิง	152	41.4
อายุ		
18-20 ปี	58	15.8
21-30 ปี	87	23.7
31-40 ปี	103	28.1
41-50 ปี	82	22.3
51-60 ปี	37	10.1
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	166	46.2
มัธยมศึกษา	85	24.0
อุดมศึกษา	107	29.8

ตารางที่ 3.2 คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 3,000 บาท	205	55.8
3,001-6,000 บาท	90	24.6
6,001-10,000 บาท	54	14.7
10,001 บาทขึ้นไป	18	4.9
ที่อยู่อาศัย		
ในเมือง	254	42.0
ชนบท	213	58.0
อาชีพ		
รับราชการและวิสาหกิจ	76	20.7
ธุรกิจเอกชนหรือทำงานบริษัท	46	12.5
เกษตรกร	84	2.9
ค้าขาย	50	13.6
นักศึกษา	19	5.2
รับจ้างทั่วไป	92	25.1
ศาสนา		
พุทธ	347	94.6
อื่น ๆ	20	5.4

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบปลายปิด(closed end) ประกอบไปด้วยเนื้อหาสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเน้นตัวแปรที่ระบุ คุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ที่อยู่อาศัย และศาสนา เป็นต้น ตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญของชั้นหรือฐานะทางสังคมของคน (social class) ซึ่งโดยทฤษฎีแล้วมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ในการวิจัยเรื่องนี้ได้นำเอาตัวแปรเหล่านี้ ไปควบคุมผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (วิจัย กับ ทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อเสียงเลือกตั้ง) ว่ามีความผันแปรไปในลักษณะใดหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อที่จะหาข้อสรุปที่ปราศจากความลวงโดยข้อมูล (spurious) ให้มากที่สุดก่อนการสรุปผลการวิจัยในขั้นสุดท้าย

ส่วนที่สอง เป็นตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อเสียงเลือกตั้งในแง่มุมมองของวัฒนธรรม โดยเน้นที่ความเชื่อและค่านิยมที่สำคัญของประชากรวิจัยเป็นหลัก มุมมองทางวัฒนธรรมที่เลือกสรรมาใช้ในการวิจัยเรื่องนี้ระบุรายละเอียดไว้ในบทที่ 2 มีอยู่ 8 มุมมอง คือ ความเชื่อทางด้านศาสนา ด้านอิทธิพลของเงิน ด้านการให้ความสำคัญกับผู้มีอำนาจ ด้านการให้ความสำคัญแก่คนนับถือตัวบุคคลยิ่งกว่าอุดมการณ์ ด้านค่านิยมการเคารพนับถือหรือเชื่อฟังผู้อาวุโส ด้านการให้ความสำคัญกับพรรคพวก เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง และด้านการขาดความกระตือรือร้น

การสร้างเครื่องมือวัดดังกล่าวได้ดำเนินการตามหลักการสร้างเครื่องมือวิจัยทุกประการ กล่าวคือ ในขั้นตอนแรก ได้นำแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับวัยและการซื้อเสียงมาสรุปตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ขั้นที่สอง ได้นำตัวแปรที่สำคัญเหล่านั้นมาจำแนกเป็นตัวชี้ (indicators) ซึ่งนำมาประกอบกันเข้าเป็นแบบสอบถาม ขั้นที่สาม ได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปพิจารณาความสมบูรณ์ของโครงสร้างและเนื้อหา

(construct and content validity) โดยใช้ทฤษฎีตามที่ระบุไว้ในบทที่ 2 เป็นฐานตรวจสอบที่สำคัญ หลังจากนั้นได้นำร่างแบบสอบถามดังกล่าวไปตรวจสอบความเที่ยง (reliability) โดยเน้นอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม (discriminative power) โดยวิธีการของ Cronbach ทั้งนี้เนื่องจากแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นส่วนที่ป่งชี้เชิงทัศนคติในรูปแบบของการวัดของไลเคิร์ต (Likert's type) เฉพาะข้อที่มีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มที่ได้คะแนนสูงกับกลุ่มที่ได้คะแนนต่ำเท่านั้นที่จะได้รับการพิจารณาใช้เป็นเครื่องมือวิจัยเรื่องนี้ (โปรดดูรายละเอียดของแบบสอบถาม ในภาคผนวก)

อนึ่ง เนื่องจากมิติเกี่ยวกับการซื้อเสี่ยงทั้ง 8 ประการนั้นเป็นเพียงแง่มุมย่อยของระบบความเชื่อและค่านิยมทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับการซื้อเสี่ยงในการเลือกตั้งของคนไทย มีความจำเป็นต่องานถึงความสอดคล้อง (consistency) หรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเครื่องมือวัดดังกล่าวนี้ ซึ่งอาจเรียกอย่างหนึ่งว่าเป็นการพิจารณาถึงความสอดคล้องภายใน (internal consistency) ของเครื่องใช้ในการวิจัย จึงได้ทำการตรวจสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันของเครื่องชี้แต่ละชุดย่อยดังกล่าวนี้ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.3 ก่อนการนำไปใช้เป็นเครื่องมือวัดค่าเพื่อเก็บข้อมูลในการวิจัยเรื่องนี้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าวพบว่า ตัวแปรหลัก 7 ตัวแปรมีความสอดคล้องกัน แต่ตัวแปรและเครื่องชี้เกี่ยวกับการกตัญญูรู้คุณมีความสอดคล้องกับตัวแปรอื่น ๆ ต่ำ โดยที่มีความสอดคล้องกับแง่มุมเกี่ยวกับอำนาจและอิทธิพล กับตัวแปรด้านความกระตือรือร้นในทางลบ เพราะฉะนั้น การอธิบายเกี่ยวกับตัวแปรตัวที่ 7 นี้ จะพิจารณารายละเอียดของเครื่องชี้หรือแบบสอบถามแต่ละข้อเป็นสำคัญยิ่งกว่าจะพิจารณาในภาพรวม

ตารางที่ 3.3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรด้านค่านิยมและความเชื่อเชิง
วัฒนธรรมเกี่ยวกับการซื้อเสียง (เมตริกซ์สหสัมพันธ์)
เลขในวงเล็บคือค่านัยสัมพันธ์ทางสถิติ Pearson's

ค่านิยม	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1.000	.264 (.000)	.530 (.000)	.270 (.000)	.543 (.000)	.372 (.000)	.034 (.000)	.485 (.000)
2		1.000	.259 (.000)	.269 (.000)	.291 (.000)	.362 (.000)	.221 (.000)	.259 (.000)
3			1.000	.364 (.000)	.625 (.000)	.368 (.000)	-.127 (.015)	.412 (.000)
4				1.000	.502 (.000)	.351 (.000)	.127 (.016)	.194 (.000)
5					1.000	.509 (.000)	.038 (.466)	.485 (.000)
6						1.000	.124 (.017)	.378 (.000)
7							1.000	-.072 (.165)
8								1.000

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และนัยสำคัญทางสถิติแบบ 2 ทาง
(2-tailed significance) ค่าสหสัมพันธ์สูงสุดมีค่า 1.0
ต่ำสุด 0.0 เครื่องหมาย + และ - บอทิศทางความสัมพันธ์ว่า
ไปในทิศทางเดียวกันหรือตรงกันข้าม ตามลำดับ.

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลภาคสนาม ดำเนินการระหว่างวันที่ 20-27 พฤศจิกายน 2534 โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจำนวน 3 คน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอำเภอจอมทอง ตามโควตาของแต่ละกลุ่มประชากรในกลุ่มตัวอย่างการวิจัยดังกล่าวมาแล้ว การเก็บข้อมูลในบรรดากลุ่มตัวอย่างที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำใช้วิธีการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม โดยชี้แจงบางส่วนให้เข้าใจก่อนให้ความเห็น ส่วนในกลุ่มผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงนั้นให้กรอกแบบสอบถามโดยตรง และส่งคืนโดยทันที แบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด ได้คืนหมด แต่จะมีบางส่วนที่คำตอบบกพร่อง ซึ่งจะละเว้นในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นการศึกษาถึงแบบแผนทั่วไปของทัศนคติและพฤติกรรมของการซื้อเสียงเลือกตั้งในแง่มุมต่างๆ ของความเชื่อและค่านิยมของกลุ่มตัวอย่าง โดยการพิจารณาความถี่ (frequencies) ของข้อมูลเป็นฐานสำคัญ สถิติที่ใช้ประกอบในการวิเคราะห์ในส่วนนี้ได้แก่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) และการกระจายมาตรฐาน (standard deviation)

ส่วนที่ 2 เป็นการจำแนกแบบแผนของทัศนคติและพฤติกรรมดังที่ระบุไว้ในส่วนที่ 1 ตามวัยของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อที่จะทดสอบสมมติฐานที่ว่า บุคคลที่มีวัยต่างกัน จะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน และตามนัยแห่งทฤษฎีที่ว่า คนที่อยู่ในวัยหนุ่มจะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมในด้านเสรีนิยม (liberal) ขณะที่คนมีอายุสูงจะมีแบบแผนของค่านิยมและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการซื้อเสียงในเชิงอนุรักษนิยม (conservative) นั่นคือคนหนุ่มสาวจะมีทัศนคติ

เชิงต่อต้านการซื้อเสียงเลือกตั้งมากกว่าคนสูงอายุ สถิติที่ใช้ในการพิจารณาความสัมพันธ์ในส่วนนี้ได้แก่ การวิเคราะห์หีสัยความแตกต่าง (analysis of variance) เพื่อดูนัยสำคัญความแตกต่างของค่านิยมและความเชื่อในการซื้อเสียงของแต่ละกลุ่มอายุ

ส่วนที่ 3 เป็นการควบคุมตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และที่อยู่อาศัย เพื่อตรวจสอบดูว่า แบบแผนความสำคัญดังกล่าวในส่วนที่สองนั้นยังคงสภาพเดิมอยู่หรือเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของตัวแปรควบคุมหรือไม่ อันเป็นการตรวจสอบถึงเงื่อนไขหรือคุณลักษณะ รายละเอียดของความสัมพันธ์ระหว่าง "วัย" กับ "ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียง" โดยได้สรุปรวมค่าตัวแปรตามทั้งหมดในทุกมิติเข้าด้วยกัน และนำเสนอโดยกราฟเปรียบเทียบให้เห็นได้ง่าย รายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้นำเสนอไว้ในบทที่ 5.