

Outcome Expectations Moderates the Relationship between Representation of Voters' Political Thinking and Voting Decision***

Arnond Sakworawich*

Suphat Vongsukhum-amorn**

Abstract

This research aimed to investigate whether Thai voters base their voting decision on their political thinking or on their expectations that the candidates and/or political parties they vote for would be win the elections, or both. The dataset used was from “the pre-election countrywide survey of public opinion towards the 2001 General Elections to the House of Representative”, with a sample size of 1,500, jointly conducted by the National Statistical Office (Thailand) and the King Prajadhipok's Institute. Our Chi-square test of independence and Log-linear model analysis revealed that Thai voters voted for the candidates and/or political parties they saw as most likely to represent their political thinking and also who and/or which were likely to win the elections. Hence, candidates and political parties should emphasize communication of their political thinking and seek to convince voters of the likelihood of their winning. Future research should focus on finding effective political communication strategies, especially those suitable for small and medium-sized political parties.

Keywords: outcome expectation, political thinking, voting decision, moderator variable

*Director of Master of Science and Doctor of Philosophy Program (Business Analysis and Data Science), Graduate School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration. Email: arnond@as.nida.ac.th

**Research Assistant, Intelligence and Information Center, National Institute of Development Administration. Email: suphat38432@hotmail.com

***Received May 30, 2018; Revised July 25, 2018; Accepted August 8, 2018

ความคาดหวังว่าผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งเป็นตัวกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นตัวแทน
ความคิดทางการเมืองและข้อตัดสินใจเลือก***

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์*

สุพัฒน์ วงศ์สุขุมอมร**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองของคนไทยว่าเป็นการเลือกเพราะเป็นตัวแทนความคิดทางการเมืองของตนหรือเป็นผู้สมัครและ/หรือพรรคการเมืองที่เขาคาดว่าจะชนะการเลือกตั้ง หรือทั้งสองอย่างร่วมกัน ตัวอย่างจำนวน 1,500 คน มาจากชุดข้อมูลการสำรวจระดับชาติ “ความคิดเห็นของประชาชนชาวไทยต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 ก่อนการเลือกตั้ง” โดยสถาบันพระปกเกล้าและสำนักงานสถิติแห่งชาติ ผลการทดสอบความเป็นอิสระและการสร้างตัวแบบลอจิสติกส์พบว่า คนไทยจะเลือกลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่เป็นทั้งตัวแทนความคิดทางการเมืองของตนและมีแนวโน้มว่าจะชนะด้วย ดังนั้นการเป็นตัวแทนความคิดทางการเมืองเป็นสิ่งที่นักการเมืองและพรรคการเมืองต้องให้ความสำคัญในการหาเสียงพร้อมทั้งต้องทำให้ประชาชนเชื่อมั่นได้ว่าตนหรือพรรคจะชนะการเลือกตั้ง การวิจัยในอนาคตควรสนใจศึกษายุทธศาสตร์การสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับพรรคการเมืองขนาดกลางและเล็กที่จะทำให้ประชาชนรู้สึกว่ามีโอกาสชนะการเลือกตั้ง

คำสำคัญ: ความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะการเลือกตั้ง, ตัวแทนความคิดทางการเมือง, ข้อตัดสินใจเลือกในการเลือกตั้ง, ตัวแปรกำกับ

*ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตและปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การวิเคราะห์ธุรกิจและวิทยาการข้อมูล) อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการประกันภัยและการบริหารความเสี่ยง คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อีเมล amond@as.nida.ac.th

**ผู้ช่วยวิจัย ศูนย์คลังปัญญาและสารสนเทศ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อีเมล suphat38432@hotmail.com

***ได้รับบทความ 30 พฤษภาคม 2561; แก้ไขปรับปรุง 25 กรกฎาคม 2561; อนุมัติให้จัดพิมพ์ 8 สิงหาคม 2561

ความนำ

ในช่วงที่กำลังจะมีการเลือกตั้ง มักจะมีการพูดกันว่า “เลือกไปก็แพ้” หรือ “เลือกไปก็เสียของ” หรือ “เลือกไปก็ไม่ชนะ”¹ จากคำพูดเหล่านี้ทำให้เกิดคำถามว่า คนไทยเลือกลงคะแนนเสียงให้กับคนที่มีความคิดทางการเมืองตรงกับตน (เป็นตัวแทนความคิดทางการเมือง) หรือเลือกคนที่คิดว่าจะชนะ หรือเลือกคนที่เป็นทั้งตัวแทนความคิดทางการเมืองและมีแนวโน้มจะชนะด้วย คนไทยมองแบบไหนกันแน่ คนไทยจะแพงพันเข้าข้างเฉพาะไก่อชนตัวที่มีแววจะชนะใช่หรือไม่? เพื่อที่จะตอบคำถามนี้จึงได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจในการเลือกตั้งของคนไทย โดยนำทฤษฎีทางจิตวิทยามาเป็นแนวทางในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้ง ซึ่งในปัจจุบันถือว่าเป็นแนวทางการศึกษาตามหลักจิตวิทยาการเมือง (political psychology) ที่ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย

การศึกษานี้จึงพยายามที่จะอธิบายความสัมพันธ์ของการมีตัวแทนความคิดทางการเมืองกับการตัดสินใจเลือกลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้พรรคการเมืองของบุคคลซึ่งอธิบายได้ด้วยทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity theory) (Tajfel and Turner 1986, 7–24; Turner and Oakes 1986, 249–250) โดยมีความคาดหวังว่าผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร ซึ่งอธิบายได้ด้วยทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคม (social cognitive theory) (Bandura 1986, 18)

แม้ว่าในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่จะลงคะแนนเสียงให้นั้นผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักจะเลือกผู้สมัครหรือพรรคที่เป็นตัวแทนความคิดทางการเมืองของตน ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ (identity) ของตนเองที่มีต่อการเมือง การดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางการเมืองจะทำให้เกิดอัตตมโนทัศน์ (self-concept) ที่เกิดจากการรับรู้ความเป็นกลุ่มพวกเดียวกันในสังคมด้วยเหตุที่การเลือกพรรคที่เป็นตัวแทนความคิดยังเป็นการทำให้เกิดความชอบพอเป็นพิเศษกับผู้ที่เป็นพวกเดียวกัน (in-group favoritism) (Turner and Reynolds 2008, 134–136) และน่าจะทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองทางการเมือง (political efficacy) ทั้งนี้การมีตัวแทนความคิดและได้เลือกในสิ่งที่เป็นตัวแทนความคิดจึงเป็นการสร้างพรรคพวกหรือกลุ่มก้อนในสังคมเดียวกันตามทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมซึ่งภายหลังได้มีการขยายความออกมาเป็นทฤษฎีการจัดประเภทตนเองทางสังคม (self-categorization theory) ที่ช่วยให้อธิบายพฤติกรรมระหว่างกลุ่มได้ดีมากยิ่งขึ้นซึ่งน่าจะนำมาประยุกต์ใช้กับพฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม (intergroup relations) (Turner and Reynolds 2012, 405) หรือการแบ่งขั้วทางการเมือง (political polarization) ในประเทศไทยได้เช่นกัน

แต่ในความเป็นจริงการพิจารณาหรือตัดสินใจลงมือกระทำหรือแสดงพฤติกรรมใด ๆ ของมนุษย์นั้นย่อมมีความคาดหวังในผลของการกระทำว่าจะสามารถทำได้สำเร็จจึงจะลงมือทำ ต้องมีความเชื่อใน

¹ ยกตัวอย่างเช่น ในบทความ ถ้าเลือกตั้ง ปชป. ก็แพ้ก็? 'ชวน หลีกภัย' มีคำตอบ! ดูได้จาก

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/735143>

ความสามารถของตนว่าทำได้ (Bandura 1997, 21; 1982, 127; 1977, 193) ต้องมั่นใจว่าจะควบคุมให้เกิดพฤติกรรมนั้นได้และเกิดผลลัพธ์ตามที่ใจคาดหวังจึงจะลงมือมีพฤติกรรม (Ajzen 2012, 451; 1985, 35; Madden, Ellen and Ajzen 1992, 9)

ดังนั้นความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งนั้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในฐานะตัวแปรกำกับ (moderator variable) (Baron and Kenny 1986, 1180) ความสัมพันธ์ระหว่างการมีตัวแทนความคิดทางการเมืองหรืออุดมการณ์ทางการเมือง (political ideology) กับการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่ตนชื่นชอบ กล่าวคือ คนเรามีแนวโน้มจะเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่เราชื่นชมว่ามีอุดมการณ์ตรงกัน แต่ไม่เสมอไป เพราะคนเรามักจะมีแนวโน้มที่จะเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่เราชื่นชมว่ามีอุดมการณ์ตรงกัน เมื่อเราเชื่อมั่นว่าเราเลือกไปแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่เราจะเลือกนั้น มีโอกาสที่จะชนะการเลือกตั้งสูงด้วย

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าคนไทยจะตัดสินใจไปลงคะแนนเสียงให้ตัวเลือกในการเลือกตั้งที่เป็นตัวแทนความคิดทางการเมืองของตนหรือลงคะแนนเสียงให้เพราะว่าเป็นผู้สมัครที่คาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะชนะการเลือกตั้งอยู่แล้ว หรือว่าเพราะทั้งสองอย่างร่วมกัน และเพื่อศึกษาว่าการที่ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งจะส่งผลต่อแนวโน้มที่จะชนะการเลือกตั้งจริงหรือไม่ โดยคาดว่า ผลการศึกษาจะสามารถอธิบายพฤติกรรมของคนไทยในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมืองที่จะลงคะแนนเสียงให้ และเป็นแนวทางสำหรับผู้สมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมืองต่าง ๆ ของไทยนำไปปรับใช้ในการหาเสียงนำไปสู่การพัฒนาการเมืองของไทย เช่น การบริหารกิจการพรรคการเมือง รวมทั้งเป็นแนวทางในการศึกษาด้านการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการตัดสินใจเลือกลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองในเชิงพฤติกรรมโดยทฤษฎีทางจิตวิทยา

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อุดมการณ์ทางการเมือง (political ideology)

อุดมการณ์ทางการเมือง คือชุดของความเชื่อเกี่ยวกับการจัดการสังคมที่เหมาะสมและจะทำอย่างไรให้สำเร็จได้ (Erikson and Tedin 2003, 64) ดังนั้นอุดมการณ์ไม่ได้เป็นเพียงความเชื่อหรือความคิดแต่รวมถึงการกระทำด้วย อุดมการณ์จะโน้มน้าวใจให้เกิดความรู้สึกว่าถูกต้องที่จะลงมือกระทำการตามที่เชื่อแก่ผู้ที่ศรัทธาในอุดมการณ์นั้น อุดมการณ์ทางการเมืองเป็นสิ่งที่อธิบายการดำรงอยู่ของการเมืองในปัจจุบัน แต่ละบุคคลจะนิยามสังคมการเมืองที่พึงปรารถนามาเปรียบเทียบกับสังคมที่อยู่และหากเห็นว่าควรมีการเปลี่ยนแปลงก็จะหาวิธีการในการปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสังคมที่ตนพึงปรารถนาและนำมากำหนดเป็นบทบาทของตนเองที่มีต่อบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ต่อประเทศ (Chai-Anan Samudavanija 1974, 14-18; Somkiat Wanthana 2001, 4) ในทางการเมืองการปกครองนั้น การสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นได้นั้น

เป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ด้วยตัวคนเดียว อุดมการณ์ทางการเมืองจึงทำหน้าที่เชื่อมโยงกลุ่มคนที่เชื่อมั่นศรัทธาแบบเดียวกันเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันเป็นกลุ่มที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังที่ปรารถนา การมีตัวแทนความคิดทางการเมืองนั้นน่าจะถือได้ว่าเป็นอุดมการณ์ทางการเมืองอย่างหนึ่ง เพราะมีชุดของความเชื่อเกี่ยวกับการจัดการสังคมชุดเดียวกัน และมีความเป็นพวกพ้องในกลุ่มเดียวกัน (in-group)

ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity theory)

อัตลักษณ์ทางสังคมเป็นกระบวนการที่เกิดจากความรู้สึกเป็นสมาชิกของกลุ่มในสังคม เช่น ชอบพรรคการเมืองเดียวกัน อยู่ในชนชั้นทางสังคม ทีมฟุตบอล รุ่นน้องโรงเรียน เรียน วปอ. รุ่นเดียวกัน ซึ่งรวมไปถึงภาวะที่เป็นกลุ่มน้อยที่สุด (minimal group situation) เช่น มีชื่อเป็นตัวอักษรเดียวกันก็ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน (in-group) หรือคนที่มีชื่อตัวอักษรต่างกันเป็นคนนอกกลุ่ม (out-group) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็ตามเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดความมั่นใจและความภาคภูมิใจในตนเองและนำไปสู่อัตลักษณ์ทางสังคมช่วยทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้น ๆ การที่เราจะเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตัวเองในกลุ่มต้องมีการแสดงพฤติกรรมหรือตัวตน เช่น การแสดงความเป็นพรรคพวกเดียวกัน เกิดอคติและการแบ่งแยกระหว่างในกลุ่มกับนอกกลุ่ม และเป็นการจัดประเภททางสังคมเพื่อให้เกิดการสร้างเสริมอัตลักษณ์ทางสังคมของตน (Tajfel and Turner 1979 , 41)

ทั้งนี้อัตลักษณ์ (self-identity) ของแต่ละคนนั้นเป็นผลลัพธ์จากพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เพราะถูกสร้างและพัฒนาผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยที่แต่ละคนจะนิยามความเป็นตัวของตัวเองโดยพิจารณาจากการจัดประเภททางสังคมหรือการเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ คนแต่ละคนจะแสดงถึงอัตลักษณ์ที่มาใช้แนวทางชีวิตของตนเองผ่านการสื่อสารกับผู้อื่น อัตลักษณ์ไม่เพียงกำหนดว่าเราเป็นใคร แต่ยังชี้นำความคิดและสิ่งที่เราทำด้วย (Haslam et al. 2009, 12; Tajfel and Turner 1979, 40; Dutton, Dukerich and Harquail 1994, 260; Scott, Corman and Cheney 1998, 303) คนเรามักจะทำในสิ่งที่ส่งเสริมหรือแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น การแต่งตัว ก็จะเลือกชุดที่แสดงความเป็นตัวเองเพื่อเสริมความมั่นใจ

ความสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์ทางการเมืองกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

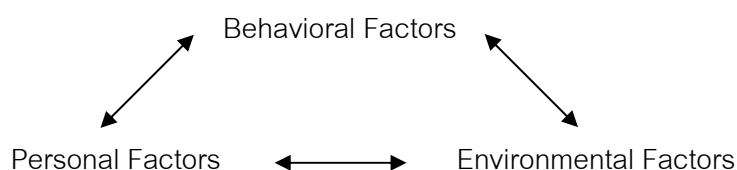
ในการปกครองระบอบประชาธิปไตยนั้น จะมีการเลือกตั้งตัวแทนเข้ามาทำหน้าที่ในการบริหาร โดยใช้เสียงของประชาชนส่วนใหญ่หรือเสียงข้างมากของคนในพื้นที่เป็นตัวตัดสิน การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจึงถือเป็นหน้าที่ของทุกคนที่ต้องรับผิดชอบ เป็นการแสดงเจตจำนงของผู้เป็นเจ้าของสิทธิในการบริหารประเทศที่จะมอบความไว้วางใจให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคที่ตนไว้วางใจได้เข้าไปเป็นตัวแทนใช้อำนาจจัดการบริหารให้เป็นไปตามแนวทางที่ตรงกับความคิดของตน

การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งไม่ใช่แค่พฤติกรรมที่สะท้อนทางเลือกที่แท้จริงของบุคคลแต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงการพิจารณามุมมองต่าง ๆ ของบุคคลหนึ่งสรุปรวมในการกระทำเดียว (Jost et al. 2003, 364; Graham, Haidt and Nosek 2009, 1029) สิ่งที่บุคคลใช้ประกอบการพิจารณาทางเลือกนั้นคงไม่พ้นอุดมการณ์ทางการเมืองของตน การเลือกที่จะลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่มีแนวคิดหรืออุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกันนั้น นับว่าเป็นการแสดงอัตลักษณ์ทางสังคมของตนทางหนึ่ง ดังนั้นคนเรามีแนวโน้มที่จะลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครหรือพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดของตน นอกจากนี้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การเมืองไทยมีการแบ่งขั้วทางการเมือง (political polarization) อย่างชัดเจน เป็นการแบ่งแยกประเภททางสังคม เกิดการเป็นกลุ่มเดียวกันและการเป็นคนนอกกลุ่ม ทำให้ความสำคัญของอัตลักษณ์ทางสังคมที่มีต่อการเมืองจะยิ่งทวีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่จะลงคะแนนเสียงให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นเราจึงตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1: ตัวแทนความคิดทางการเมืองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวเลือกในการเลือกตั้ง

ทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคม (social cognitive theory)

เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (social learning theory) โดยทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคมได้อธิบายว่า กลไกการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของอิทธิพลส่วนบุคคล อิทธิพลจากพฤติกรรม และอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมร่วมกัน โดยคนเราจะตีความผลลัพธ์ของพฤติกรรมของตนเองเทียบกับสิ่งแวดล้อมและปัจจัยส่วนบุคคลแล้วไปพิจารณาปรับเปลี่ยนพฤติกรรม รวมถึงนำพฤติกรรมที่แสดงไปแล้วกลับมาเปรียบเทียบกับ เกิดเป็นความรู้ความเข้าใจ (cognition) ซึ่ง Bandura (1986, 23-24) ได้สรุปเป็นความสัมพันธ์แบบมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน 3 ทาง (triadic reciprocity) ดังภาพที่ 1



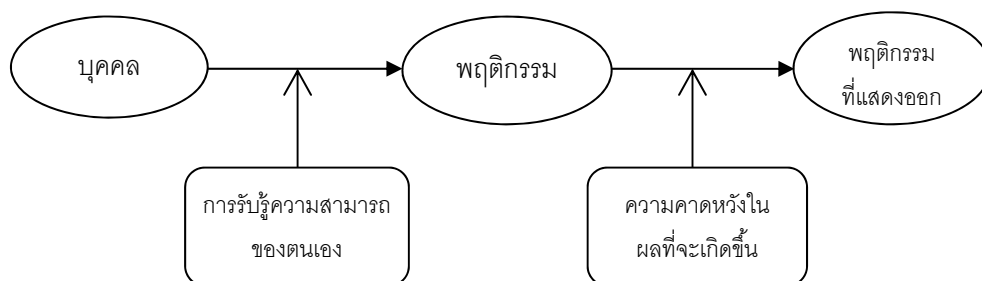
ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์แบบมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน 3 ทาง (triadic reciprocity)

ในทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคมได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดที่ว่า การเรียนรู้ของมนุษย์ส่วนมากเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางสังคม คนเราจะได้รับความรู้ในเรื่องของกฎเกณฑ์ ทักษะ กลยุทธ์ ความเชื่อและเจตคติ โดยการสังเกตผู้อื่น นอกจากนี้บุคคลยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับประโยชน์และความเหมาะสมของพฤติกรรมด้วยการสังเกตรูปแบบและผลของพฤติกรรมนั้น และจะแสดงพฤติกรรมความเชื่อของตนโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น Bandura จึงได้นิยาม การรับรู้

ความสามารถของตนเอง (self-efficacy) และ ความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้น (outcome expectation) (Bandura 1997, 21-22; 1982, 140)

การรับรู้ความสามารถของตนเองคือความรู้เกี่ยวกับตัวของตัวเองของบุคคลและสิ่งที่คุณเองสามารถทำได้ เป็นการตัดสินใจว่าตัวเองมีความสามารถในการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้ในระดับใด การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อตัวเลือกที่แต่ละบุคคลจะใช้เวลาเพื่อพยายามทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง เพราะคนเรามีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงการทำพฤติกรรมที่ตัวเองคิดว่าทำไม่ได้และชอบที่จะทำในสิ่งที่คิดว่าตัวเองทำได้

ส่วนความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นนั้นคือความเชื่อว่าพฤติกรรมก่อให้เกิดผลอย่างไร เป็นการตัดสินใจว่าผลลัพธ์ใดจะเกิดขึ้นจากการกระทำ ในการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมบุคคลนั้นมีความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นอยู่เสมอ ยิ่งมีความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นว่าจะส่งผลดี หรือพึงพอใจมากเท่าใดก็ยิ่งแสดงพฤติกรรมนั้น แม้คนเราอาจจะรู้เป็นอย่างดีว่าจะต้องทำอะไรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ แต่อาจจะเชื่อว่าตนเองขาดความสามารถที่จะทำตามนั้นได้ จึงตัดสินใจที่จะไม่ลงมือกระทำในทางที่จะไปถึงผลลัพธ์นั้น เช่นนั้นแล้วความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นเป็นตัวเชื่อมโยงพฤติกรรมไปถึงผลลัพธ์ ในขณะที่การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นการประเมินตนเองของบุคคลในด้านที่เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรม ซึ่งสามารถเขียนความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นกับการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ดังภาพ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้น

ต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ตามแนวคิดของ Bandura

การรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นนั้นสามารถบอกแนวโน้มของการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ โดยถ้าทั้งสองด้านสูง บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างแน่นอน แต่ถ้ามีเพียงด้านใดสูงหรือต่ำ หรือต่ำทั้งสองด้าน บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มจะไม่แสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่งได้สรุปเป็นแผนภาพไว้ดังภาพที่ 3 (Bandura 1982, 140)

หรือกล่าวอย่างง่ายที่สุดได้ว่า เราจะทำพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเราเชื่อว่าเราทำได้และเมื่อเราทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้ผลลัพธ์ตามที่เราคิด

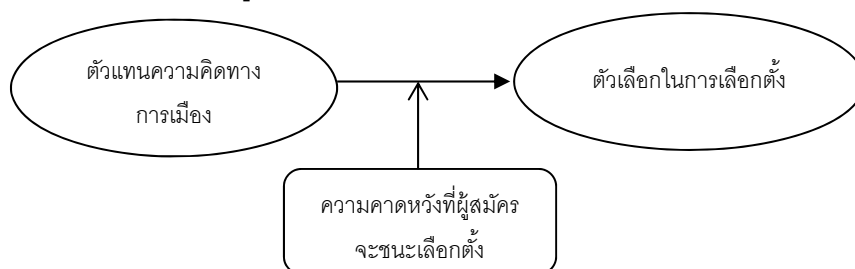
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	ความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้น	
	มีความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นสูง	มีความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นต่ำ
รับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง	มั่นใจ กระทำสิ่งที่เหมาะสมให้ความร่วมมืออย่างเต็มความสามารถ	ร่วมเคลื่อนไหวทางสังคม ประทับใจ เปลี่ยนสภาวะแวดล้อม
รับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับต่ำ	ลดค่าตนเอง ท้อใจ	ลาออก ถอนตัว ไม่แยแส

ภาพที่ 3 การตอบสนองทางพฤติกรรมและความรู้สึกจากการรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นในระดับต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Bandura

การรับรู้ความสามารถของตนเองทางการเมือง (political self-efficacy) (Campbell, Gurin and Miller 1954, 159) เป็นความรู้สึกที่การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการเมืองของตนเองนั้นจะมีหรือสามารถมีผลกระทบต่อกระบวนการทางการเมือง หรือค่าน้ำหนักที่จะทำหน้าที่ของพลเมืองหรือไม่ ซึ่งรวมถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถและทัศนคติต่อกระบวนการเมืองของผู้คนที่เกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งน่าจะถือได้ว่าความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้น (outcome expectation) ในทางการเมือง ตามทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคม

ตามที่ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมได้นำเสนอว่าเราจะพยายามสร้างเสริมอัตลักษณ์ตนให้สอดคล้องกับความคิดและสร้างความเป็นพวกเดียวกัน แต่การที่จะทำเช่นนั้นได้เราต้องมีความมั่นใจและความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นเสียก่อนตามทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคม จึงจะให้เกิดพฤติกรรมตามสอดคล้องกับความคิดของเราหรืออัตลักษณ์ จึงสามารถตั้งสมมุติฐานที่ 2 และกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 4 ดังนี้

H2: ถ้ามีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมืองกับตัวเลือกในการเลือกตั้งสูงขึ้น



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการศึกษาความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมืองและตัวข้อตัดสินใจเลือกในการเลือกตั้งในประเทศไทย

วิธีการศึกษา

ตัวอย่าง

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้รับความอนุเคราะห์ชุดข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนชาวไทยต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) พ.ศ. 2554 ซึ่งเก็บข้อมูลก่อนการเลือกตั้งในวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 สำรวจโดยสถาบันพระปกเกล้าและสำนักงานสถิติแห่งชาติใน พ.ศ. 2554 มีตัวอย่างทั้งหมด 1,500 คน การสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มครัวเรือนแบบมีระบบ (systematic random sampling) โดยมีลักษณะของตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างเป็นชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อายุของตัวอย่างอยู่ในช่วง 41-60 ปีเกือบครึ่งหนึ่งของตัวอย่างทั้งหมด (49.90%) และมีอายุอยู่ในช่วง 23 - 40 และอายุมากกว่า 60 ขึ้นไปมีจำนวนใกล้เคียงกัน ด้านการศึกษาของตัวอย่างอยู่ระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่ามากที่สุด (62.20%) ระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. หรือเทียบเท่า (23.40%) ระดับปริญญาตรี (8.60%) อาชีพของตัวอย่างเป็นเกษตรกรมากที่สุด (44.53%) ส่วนมากมีรายได้ครัวเรือนน้อยกว่า 10,000 บาท (54.20%) ซึ่งใกล้เคียงกับรายงานสถิติประจำปีประเทศไทย (Statistical Forecasting Bureau 2012, 12, 68, 70, 74) ทั้งระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแทนความคิดทางการเมือง วัดจากคำถาม “ในความคิดเห็นของท่านที่ผ่านมา มีพรรคการเมืองใดหรือไม่ที่เป็น “ตัวแทน” ความคิดเห็นของท่านได้เป็นอย่างดี” ซึ่งมีคำตอบเป็น ประชาธิปัตย์, เพื่อไทย และ อื่น ๆ /ไม่มี เป็นตัวแปรอิสระ

ตัวเลือกในการเลือกตั้งในระบบเขตเลือกตั้งที่เลือก และในระบบบัญชีรายชื่อที่เลือกวัดจากคำถาม “ในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระบบเขตที่กำลังจะมาถึง ในเขตเลือกตั้งของท่าน ท่านจะเลือกผู้สมัครในระบบเขตจากพรรคใด” และ “พรรคการเมืองใดที่ท่านจะลงคะแนนให้สำหรับการเลือกตั้งแบบบัญชีรายชื่อ” ซึ่งมีคำตอบเป็น ประชาธิปัตย์, เพื่อไทย และ อื่น ๆ /ไม่เลือกพรรคใด เป็นตัวแปรตาม

ความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้ง วัดจากคำถาม “ท่านคิดว่า มีความเป็นไปได้หรือไม่ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ท่านจะเลือกนั้น จะชนะการเลือกตั้ง” ซึ่งมีคำตอบเป็น คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจว่าจะชนะหรือไม่ กับ คิดว่าจะชนะ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมีตัวแทนความคิดทางการเมืองกับพรรคการเมืองที่เลือกในการเลือก ส.ส. ระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อทำโดยการสร้างตารางไขว้ขนาด 3x3 จำนวน 2 ตาราง แล้วทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ด้วย Chi-square test of independence

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ว่าความคาดหวังที่ผู้สมัครที่ตนเองจะชนะเลือกตั้งเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการมีตัวแทนความคิดทางการเมืองกับตัวเลือกในการเลือกตั้ง (พรรคการเมืองที่เลือกในการเลือก ส.ส. ระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ) หรือไม่ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์โดยแยกชั้นภูมิ (stratified analysis) โดยแบ่งตัวอย่างออกเป็นสองชั้นภูมิ ด้วยความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งซึ่งมี 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ตอบว่า “คิดว่าจะชนะ” และกลุ่มที่ตอบว่า “คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจว่าจะชนะหรือไม่”

2. ทดสอบความเป็นอิสระ (Chi-square test of independence) ระหว่างตัวแปรตัวแทนความคิดทางการเมืองและตัวเลือกในการเลือกตั้ง แยกกันตามชั้นภูมิของทั้งในระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ

3. คำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V อันเป็นดัชนีวัดขนาดอิทธิพลของตัวแปรในตารางไขว้โดยที่ $Cramer's V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(df)}}$ โดยที่ χ^2 คือ ค่าไคกำลังสองจากการทดสอบความเป็นอิสระ, n คือ ขนาดตัวอย่าง, และ df คือระดับของความเป็นอิสระ (degree of freedom) โดยที่ $df = \min(r-1, c-1)$ ทั้งนี้ คาดว่าค่า Cramer's V ของชั้นภูมิที่มีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งเป็น “คิดว่าจะชนะ” น่าจะมีค่าสูงกว่าชั้นภูมิที่ “คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจว่าจะชนะหรือไม่”

4. วาดแผนภาพพลวดยกระเบื้อง (mosaic plot) ซึ่งแสดงค่าส่วนเหลือเพียร์สัน (Pearson's residual) จากการวิเคราะห์ Chi-square test of independence (Meyer, Zeileis and Hornik 2006, 1) จะช่วยให้เข้าใจผลการวิเคราะห์ได้ชัดเจนมากขึ้น

5. สำหรับงานวิจัยนี้จะใช้ตัวแบบล็อกลิเนียร์ (log-linear model) อันเป็นตัวแบบที่ใช้สำหรับความถี่ในเซลล์ของตารางไขว้ (Agresti 2002, 314) ในการวิเคราะห์ตารางสามทางของตัวแปรความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้ง ตัวแปรตัวแทนความคิดทางการเมือง และตัวเลือกในการเลือกตั้ง เนื่องจากเป็นตัวแปรจัดประเภททั้ง 3 ตัวแปร และจะวิเคราะห์แยกสองตัวแบบแยกกันคือการเลือกตั้ง ส.ส. ระบบแบ่งเขต และระบบบัญชีรายชื่อ ทำให้เห็นทั้งผลตรงและอันตรกิริยาของตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร โดยที่ตัวแบบสำหรับตารางไขว้สองทางและสามทางเป็นดังนี้

$$\log(\mu_{ij}) = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_{ij}^{AB}$$

$$\log(\mu_{ijk}) = \lambda + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC} + \lambda_{ijk}^{ABC}$$

โดยที่ μ_{ijk} เป็นความถี่ของเซลล์ที่ i ของตัวแปร A, j ของตัวแปร B, และ k ของตัวแปร C และค่า λ เป็น relative weight ในตัวแบบที่ต้องประมาณค่า $\lambda_i^A, \lambda_j^B, \&\lambda_k^C$ เป็นผลตรง (main effect) และ $\lambda_{ij}^{AB}, \lambda_{ik}^{AC}, \lambda_{jk}^{BC}, \&\lambda_{ijk}^{ABC}$ เป็นผลอันตรกิริยา (interaction effect) โดยที่มีเงื่อนไขว่า

$$\sum_i \sum_j \mu_{ij} = n \text{ และ } \sum_i \sum_j \sum_k u_{ijk} = n \text{ สำหรับตารางสองทางและสามทาง และ}$$

$$\sum_i \lambda_i^A = \sum_j \lambda_j^B = \sum_k \lambda_k^C = \sum_i \sum_j \lambda_{ij}^{AB} = \sum_i \sum_k \lambda_{ik}^{AC} = \sum_j \sum_k \lambda_{jk}^{BC} = \sum_i \sum_j \sum_k \lambda_{ijk}^{ABC} = 0$$

เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการมีพารามิเตอร์มากเกินไป (overparameterization)

ทั้งนี้ตัวแบบที่น่าเสนอเป็นตัวแบบอิ่มตัว (saturated model) ซึ่งอาจทอนลงเป็นตัวแบบอิสระ (independence model) ที่ประกอบด้วยผลตรงเท่านั้นก็ได้หรือมีผลอันตรกิริยาสองทางบางตัวก็ได้เช่นกัน การประมาณค่าของตัวแบบล็อกลิเนียร์ใช้วิธีการภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation)

ผลการวิจัย

ตารางไขว้สามทางและความถี่ดังที่แสดงในตารางที่ 1 มีแถวเป็นตัวแทนความคิดทางการเมือง คอลัมน์เป็นตัวเลือกทางการเมือง แบ่งคอลัมน์ออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนที่หนึ่งด้านซ้ายมือคือตัวอย่างที่มีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งเป็น “คิดว่าจะชนะ” ส่วนที่สองตรงกลางของตารางคือตัวอย่างที่มีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งเป็น “คิดว่าจะไม่ชนะหรือไม่แน่ใจ” และส่วนที่สามด้านซ้ายสุดคือการวิเคราะห์รวมโดยไม่แยกชั้นภูมิ และด้านบนของตารางเป็นการเลือกตั้งระบบแบ่งเขต ส่วนด้านล่างของตารางเป็นการเลือกตั้งระบบบัญชีรายชื่อ ทำให้ตารางที่ 2 มีตารางขนาด 3x3 ทั้งสิ้น 6 ตารางย่อย

ความถี่ในแนวทแยงมุมของตารางย่อยแสดงความสอดคล้องสัมพันธ์หรือความไม่เป็นอิสระกันของตัวแปรตัวแทนความคิดทางการเมืองและตัวเลือกในการเลือกตั้ง ยิ่งค่าในแนวทแยงมุมในตารางย่อยคิดเป็นร้อยละสูงยิ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแทนความคิดทางการเมืองนั้นมีความสอดคล้องกับตัวเลือกในการเลือกตั้ง ซึ่งหมายความว่าตัวอย่างเลือกพรรคการเมืองที่ตนเองคิดว่าเป็นตัวแทนความคิดทางของตน จากการสังเกตจะเห็นได้ว่ามีค่าค่อนข้างสูง

ผลการทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมืองและตัวเลือกในการเลือกตั้ง ด้วยค่าไคกำลังสอง พบว่าไม่เป็นอิสระต่อกันทั้งในการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ ($\chi^2_{(4)} = 1,095.30$ และ $1,173.10$ ตามลำดับ) ค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V ของการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อมีค่าใกล้เคียงกันและสูงคือ .60 และ .62 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนั้นจึงไม่อาจปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ตัวแทนความคิดทางการเมืองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวเลือกในการเลือกตั้ง ทั้งการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ

เมื่อพิจารณาแผนภาพกระเบื้องในภาพที่ 5 จะพบว่าในด้านขวามือสุด ค่า Pearson residual ในแนวทแยงมีค่าสูง แสดงให้เห็นว่ามีแนวโน้มที่ประชาชนที่มีตัวแทนความคิดทางการเมืองเป็นพรรคไหนก็จะเลือกพรรคการเมืองพรรคนั้น ๆ ให้สอดคล้องกับความคิดของตนทั้งในระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ และจะเห็นได้ว่าประชาชนมีสัดส่วนที่เลือกพรรคเพื่อไทยค่อนข้างสูง แต่มีบางส่วนที่เลือกพรรคการเมืองที่ไม่สอดคล้องกับความคิดที่น่าสนใจคือตัวอย่างที่ระบุว่าไม่มีตัวแทนความคิดทางการเมืองเป็นพรรคการเมืองอื่น ๆ หรือไม่มีตัวแทนความคิดทางการเมืองกลับจะไปเลือกพรรคเพื่อไทยค่อนข้างมากและมากพอ ๆ กัน กับที่จะไปเลือกพรรคประชาธิปัตย์เช่นกัน ตัวอย่างในกลุ่มน่าจะถือได้ว่าเป็น swing voters หรือผู้ที่พร้อมจะเปลี่ยนฝั่งในการเลือกตั้งซึ่งมีมากพอสมควร

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบ ค่า Cramer's V จะเห็นได้ว่าในกรณีที่เลือกโดยคิดว่าจะชนะ ค่า Cramer's V สูงกว่ากรณีที่เลือกโดยคิดว่าจะไม่ชนะหรือไม่แน่ใจว่าจะชนะ ทั้งในระบบแบ่งเขต (.62 vs. .49) และระบบบัญชีรายชื่อ (.63 vs. .53) แสดงว่าความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งส่งผลให้ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมืองกับตัวเลือกในการเลือกตั้งสูงขึ้นจริงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังแสดงในตารางที่ 2 และเมื่อพิจารณาค่าร้อยละในตารางที่ 1 จะพบว่าค่าร้อยละในแนวทแยงมุมของตัวอย่างที่มีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งเป็น “คิดว่าจะชนะ” (ด้านซ้ายของตาราง) มีค่าสูงกว่าตัวอย่างที่ “คิดว่าจะไม่ชนะหรือไม่แน่ใจว่าจะชนะ” (ด้านขวาของตาราง) ทั้งในกรณีเลือกตั้งระบบแบ่งเขต และระบบบัญชีรายชื่อ ดังนั้นจึงไม่มีหลักฐานเพียงพอที่จะปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ถ้ามีความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งจะทำให้ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมืองกับตัวเลือกในการเลือกตั้งสูงขึ้น

ตารางที่ 1 ตารางสามทางระหว่าง ตัวแทนความคิดทางการเมือง ตัวเลือกในการเลือกตั้ง และความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งทั้งการเลือกตั้งแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ

	แบ่งเขต	คิดว่าจะชนะ				คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ				ไม่แยกชั้นภูมิ				
		พรรคการเมืองที่จะเลือก												
		พท	ปชป	อื่นๆ	รวม	พท	ปชป	อื่นๆ	รวม	พท	ปชป	อื่นๆ	รวม	
ตัวแทนความคิดทางการเมือง	พท	334 (93.56)	7 (1.96)	16 (4.48)	357 (100.00)	96 (74.42)	9 (6.98)	24 (18.60)	129 (100.00)	430 (88.48)	16 (3.29)	40 (8.23)	486 (100.00)	
	ปชป	15 (7.25)	176 (85.02)	16 (7.73)	207 (100.00)	11 (8.46)	89 (68.46)	30 (23.08)	130 (100.00)	26 (7.72)	265 (78.64)	46 (13.65)	337 (100.00)	
	อื่นๆ	86 (40.38)	48 (22.54)	79 (37.09)	213 (100.00)	65 (14.01)	96 (20.69)	303 (65.30)	464 (100.00)	151 (22.30)	144 (21.27)	382 (56.43)	677 (100.00)	
	รวม	435 (55.98)	231 (29.73)	111 (14.29)	777 (100.00)	172 (23.79)	194 (26.83)	357 (49.38)	723 (100.00)	607 (40.47)	425 (28.33)	468 (31.20)	1500 (100.00)	
	บัญชีรายชื่อ	คิดว่าจะชนะ				คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ				ไม่แยกชั้นภูมิ				
		พรรคการเมืองที่จะเลือก												
			พท	ปชป	อื่นๆ	รวม	พท	ปชป	อื่นๆ	รวม	พท	ปชป	อื่นๆ	รวม
		พท	335 (93.84)	6 (1.68)	16 (4.48)	357 (100.00)	102 (79.07)	7 (5.43)	20 (15.50)	129 (100.00)	437 (89.92)	13 (2.67)	36 (7.41)	486 (100.00)
		ปชป	16 (7.73)	179 (86.47)	12 (5.80)	207 (100.00)	10 (7.69)	93 (71.54)	27 (20.77)	130 (100.00)	26 (7.72)	272 (80.71)	39 (11.57)	337 (100.00)
		อื่นๆ	90 (42.25)	44 (20.66)	79 (37.09)	213 (100.00)	57 (12.28)	97 (20.91)	310 (66.81)	464 (100.00)	147 (21.71)	141 (20.83)	389 (57.46)	677 (100.00)
		รวม	441 (56.76)	229 (29.47)	107 (13.77)	777 (100.00)	169 (23.37)	197 (27.25)	357 (49.38)	723 (100.00)	610 (40.67)	426 (28.40)	464 (30.93)	1500 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

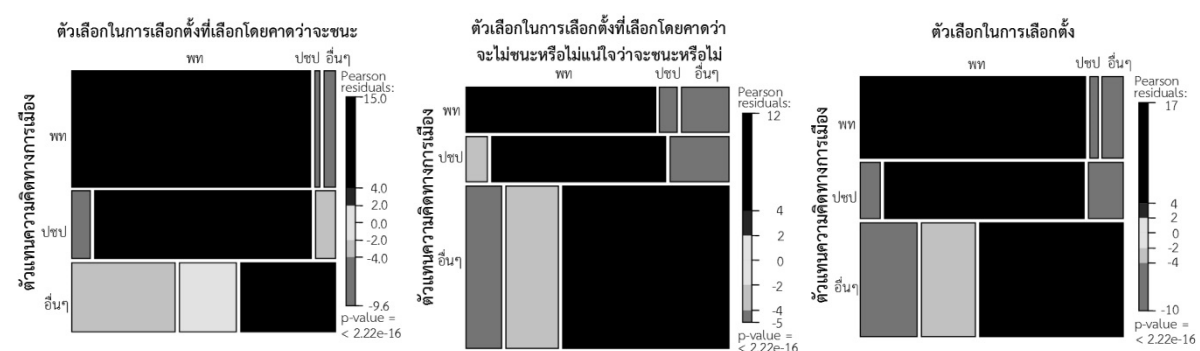
ตารางที่ 2 ผลการทดสอบไคกำลังสองและค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V ระหว่างการมีตัวแทนความคิดทางการเมืองกับตัวเลือกในการเลือกตั้ง จำแนกตามความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งและระบบการเลือกตั้ง

	คิดว่าจะชนะ	คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	ไม่แยกชั้นภูมิ
ระบบเขตเลือกตั้ง	.62 (604.09)	.49 (346.71)	.60 (1095.30)
ระบบบัญชีรายชื่อ	.63 (625.45)	.53 (412.35)	.62 (1173.10)

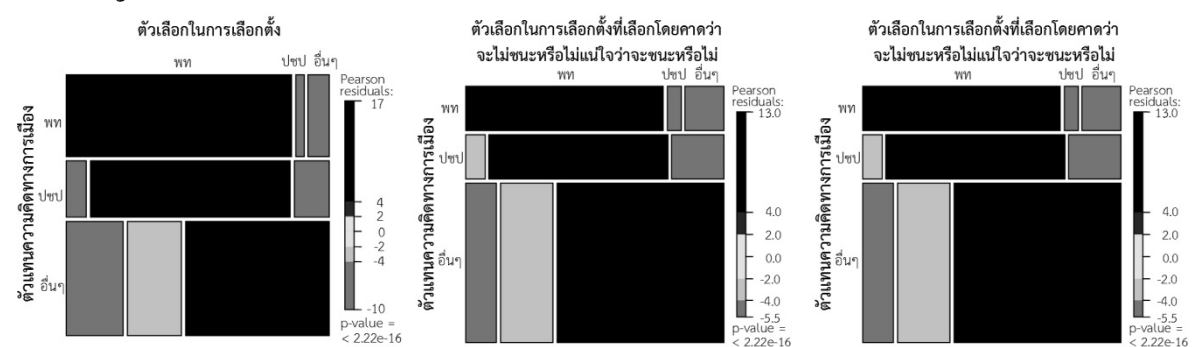
หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าไคกำลังสอง องศาอิสระ = 4

สิ่งที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งเมื่อพิจารณาแผนภาพกระเบื้องในภาพที่ 5 คือตัวอย่างที่ไม่คิดว่าผู้สมัครจะชนะหรือไม่แน่ใจ มีสัดส่วนที่จะเลือกพรรคการเมืองอื่น ๆ หรือไม่มีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดสูงมากกว่าตัวอย่างที่คาดว่าผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งมากกว่าเท่าตัว อันแสดงให้เห็นแนวโน้มในการเป็น swing voters ค่อนข้างชัดเจนสำหรับตัวอย่างกลุ่มนี้

ระบบเขตเลือกตั้ง



ระบบบัญชีรายชื่อ



ภาพที่ 5 แผนภาพกระเบื้องแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสามตัวแปร

การสร้างตัวแบบล็อกลิเนียร์สองตัวแบบสำหรับการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อแสดงในตารางที่ 3 ซึ่งไม่ได้ใช้ตัวแบบอิ่มตัว (saturated model) ซึ่งต้องรวมอันตรกิริยาสามทางเข้าไปด้วย แต่ในตัวแบบที่สร้างขึ้นมีเฉพาะผลตรง (main effect) และอันตรกิริยาสองทาง (two-way interaction effect) เพื่อให้สามารถประเมินความคล่องของของตัวแบบกับข้อมูลได้ (assessment of model fit) เราจึงระบุตัวแบบดังนี้

$$\begin{aligned}\log(\mu_{ijk}) = & \lambda + \lambda_i^{\text{Ideology}} + \lambda_j^{\text{Voting Choice}} + \lambda_k^{\text{Expectation}} \\ & + \lambda_{ij}^{\text{Ideology x Voting Choice}} + \lambda_{ik}^{\text{Ideology x Expectation}} + \lambda_{jk}^{\text{Voting Choice x Expectation}}\end{aligned}$$

ตารางที่ 3 ตัวแบบล็อกลิเนียร์ของตัวแทนความคิดทางการเมือง ตัวเลือกในการเลือกตั้ง และความคาดหวังที่ผู้มีสิทธิ์จะชนะเลือกตั้งของการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ

	ระบบแบ่งเขต ^a						ระบบบัญชีรายชื่อ ^b					
	λ	se(λ)	Z	p-value	95% CI		λ	se(λ)	Z	p-value	95% CI	
					Lower Bound	Upper Bound					Lower Bound	Upper Bound
ค่าคงที่	5.72	0.06	102.13	.000	5.61	5.83	5.74	0.06	103.21	.000	5.63	5.85
ตัวแทนความคิด=พท	-2.55	0.18	-14.29	.000	-2.90	-2.20	-2.63	0.19	-14.23	.000	-3.00	-2.27
ตัวแทนความคิด=ปชป	-2.44	0.17	-14.3	.000	-2.77	-2.10	-2.62	0.18	-14.38	.000	-2.98	-2.26
ตัวแทนความคิด=อื่นๆ	0						0					
ตัวเลือก=พท	-1.51	0.12	-12.26	.000	-1.76	-1.27	-1.61	0.13	-12.63	.000	-1.86	-1.36
ตัวเลือก=ปชป	-1.22	0.11	-10.88	.000	-1.44	-1.00	-1.25	0.11	-11.05	.000	-1.47	-1.03
ตัวเลือก=อื่นๆ	0						0					
ความคาดหวัง=ชนะ	-1.40	0.12	-12.11	.000	-1.62	-1.17	-1.40	0.12	-12.08	.000	-1.62	-1.17
ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					
ตัวแทนความคิด=พท & ความคาดหวัง=ชนะ	0.99	0.16	6.12	.000	0.68	1.31	0.90	0.17	5.4	.000	0.57	1.22
ตัวแทนความคิด=พท & ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					
ตัวแทนความคิด=ปชป & ความคาดหวัง=ชนะ	1.06	0.17	6.38	.000	0.74	1.39	1.07	0.17	6.26	.000	0.73	1.40
ตัวแทนความคิด=ปชป & ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					
ตัวแทนความคิด=อื่นๆ & ความคาดหวัง=ชนะ	0						0					
ตัวแทนความคิด=อื่นๆ & ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					
ตัวแทนความคิด=พท & ตัวเลือก=พท	2.93	0.20	14.80	.000	2.54	3.32	3.12	0.21	15.13	.000	2.71	3.52
ตัวแทนความคิด=พท & ตัวเลือก=ปชป	-0.14	0.32	-0.45	.655	-0.76	0.48	-0.18	0.34	-0.52	.607	-0.85	0.49
ตัวแทนความคิด=พท & ตัวเลือก=อื่นๆ	0						0					
ตัวแทนความคิด=ปชป & ตัวเลือก=พท	-0.04	0.27	-0.15	.883	-0.58	0.5	0.15	0.28	0.53	.597	-0.40	0.70
ตัวแทนความคิด=ปชป & ตัวเลือก=ปชป	2.51	0.19	13.14	.000	2.14	2.89	2.75	0.2	13.68	.000	2.36	3.14
ตัวแทนความคิด=ปชป & ตัวเลือก=อื่นๆ	0						0					
ตัวแทนความคิด=อื่นๆ & ตัวเลือก=พท	0						0					
ตัวแทนความคิด=อื่นๆ & ตัวเลือก=ปชป	0						0					
ตัวแทนความคิด=อื่นๆ & ตัวเลือก=อื่นๆ	0						0					
ตัวเลือก=พท & ความคาดหวัง=ชนะ	1.61	0.17	9.65	.000	1.28	1.94	1.70	0.17	9.93	.000	1.36	2.03
ตัวเลือก=พท & ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					
ตัวเลือก=ปชป & ความคาดหวัง=ชนะ	0.88	0.17	5.17	.000	0.54	1.21	0.84	0.17	4.84	.000	0.50	1.18
ตัวเลือก=ปชป & ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					
ตัวเลือก=อื่นๆ & ความคาดหวัง=ชนะ	0						0					
ตัวเลือก=อื่นๆ & ความคาดหวัง=ไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ	0						0					

หมายเหตุ ^aLR $\chi^2_{(4)} = 11.058$, p-value = .26, Pearson $\chi^2_{(4)} = 12.032$, p-value = .17,
^bLR $\chi^2_{(4)} = 11.915$, p-value = .13, Pearson $\chi^2_{(4)} = 12.606$, p-value = .13

ทั้งนี้หากตัวแปร m ประเภท จะมีตัวแปรหุ่นเข้าไปในสมการเท่ากับ $m-1$ ตัวแปรหุ่น ดังนั้นจึงมีตัวแปรหุ่นของตัวแทนความคิดทางการเมืองสองตัวแปรหุ่น เป็นต้น ผลการวิเคราะห์ตัวแบบล็อกลิเนียร์เป็นไปตามที่คาดไว้คือ ผลตรงของตัวแปรทั้งสามคือการมีตัวแทนความคิดทางการเมือง ตัวเลือกในการเลือกตั้ง และความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งมีนัยสำคัญทางสถิติในการทำนายความถี่ของเซลล์ในตารางไขว้สามทาง

อันตรกิริยาสองทางระหว่าง ตัวแทนความคิดทางการเมือง \times ความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งมีค่าสัมประสิทธิ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด อันตรกิริยาสองทางที่สร้างขึ้นจากการวิจัยทั้งสองที่ตั้งไว้ทุกประการทั้งในการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ

และที่น่าสนใจคืออันตรกิริยาสองทางระหว่างตัวเลือกในการเลือกตั้ง \times ตัวแทนความคิดทางการเมืองก็มีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกันทั้งในการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ แต่อันตรกิริยาระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมือง \times ตัวเลือกในการเลือกตั้ง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในการเลือกตั้งระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อ

ตัวแบบล็อกลิเนียร์ที่สร้างขึ้นสำหรับการเลือกตั้ง ส.ส. ระบบแบ่งเขตและระบบบัญชีรายชื่อต่างมีความคล่องจงกลมกลืนกับข้อมูลเป็นอย่างดี สำหรับตัวแบบการเลือกตั้ง ส.ส. ระบบแบ่งเขตมีค่า likelihood ratio Chi-square หรือ $LR \chi^2_{(4)} = 11.058$, $p\text{-value} = 0.26$ และ Pearson $\chi^2_{(4)} = 12.032$, $p\text{-value} = .17$ ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่าตัวแบบมีความคล่องจงกลมกลืนกับข้อมูลเป็นอย่างดี สำหรับตัวแบบการเลือกตั้ง ส.ส. ระบบบัญชีรายชื่อมีค่า $LR \chi^2_{(4)} = 11.915$, $p\text{-value} = .13$ และ Pearson $\chi^2_{(4)} = 12.606$, $p\text{-value} = .13$ ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ตัวแทนความคิดทางการเมืองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวเลือกในการเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าคนไทยจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดทางการเมืองของตน อันเป็นไปตามทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เกิดอัตลักษณ์และความมั่นใจในตัวตนของตน อันเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่หากมีโอกาสอันวยและมีอิสระเสรีภาพในการแสดงพฤติกรรมพอสมควรก็อยากที่จะแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความคิดของตน การได้แสดงพฤติกรรมตามที่ตนคิดนอกจากจะเป็นการสร้างภาคภูมิใจในตน เสริมสร้างอัตลักษณ์ของตนเองแล้วยังทำให้เกิดการจัดประเภททางสังคมอันเป็นการแสดงออกถึงความเป็นคนในกลุ่ม หรือความเป็นพรรคพวกเดียวกันอีกด้วย 2) สถานการณ์ที่อำนวยความสะดวกให้แสดงพฤติกรรมออกมาให้ตรงกับที่ตนเองคิดคือความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นว่า สิ่งที่ทำพฤติกรรมไปจะได้ผลดังที่ใจปรารถนา ในกรณีนี้ความสัมพันธ์ระหว่าง

ตัวแทนความคิดทางการเมืองกับตัวเลือกในการเลือกตั้งจะมีความสัมพันธ์ที่สูงกว่าก็ต่อเมื่อมีความคาดหวังที่ผู้สมัครที่ตนเลือกนั้นจะชนะเป็น “คิดว่าจะชนะ” และมีค่าต่ำกว่าเมื่อ “คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจ”

คำถามนำการวิจัยที่ว่า คนไทยเลือกลงคะแนนเสียงให้กับคนที่มีความคิดทางการเมืองตรงกับตน (เป็นตัวแทนความคิดทางการเมือง) หรือเลือกคนที่ชนะ หรือเลือกคนที่เป็นทั้งตัวแทนความคิดทางการเมืองและมีแนวโน้มจะชนะด้วย จึงตอบได้อย่างชัดเจนว่า “คนไทยจะเลือกลงคะแนนเสียงให้กับคนที่เป็นทั้งตัวแทนความคิดทางการเมืองของตนและมีแนวโน้มว่าจะชนะด้วย”

สำหรับคนไทยนั้น ความคิดทางการเมืองเป็นเรื่องสำคัญ เมื่อเห็นว่าพรรคการเมืองใดมีความคิดทางการเมืองเดียวกันกับตน เป็นตัวแทนความคิดของตน หรือชอบพรรคการเมืองใด ก็มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้กับพรรคนั้น เช่น ผู้ที่ชอบพรรคเพื่อไทย มีแนวความคิดทางการเมืองเหมือนพรรคเพื่อไทย ก็จะไปลงคะแนนเสียงให้พรรคเพื่อไทย ในขณะที่ผู้ที่ชอบพรรคประชาธิปัตย์ก็จะไปลงคะแนนให้พรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งในระดับตัวนักการเมืองเองก็เป็นเช่นเดียวกัน ประชาชนเห็นว่าใครเป็นตัวแทนความคิดของตนก็จะไปลงคะแนนเสียงให้กับคนนั้น อาจจะมีเหตุผลว่าเมื่อประชาชนได้เลือกในสิ่งที่ตนเองชอบและเป็นตัวตนของตัวเองหรือตรงกับแนวความคิดทางการเมืองของตน จะทำให้คนเรารู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) ซึ่งมีคุณลักษณะพื้นฐาน คือ การรับรู้ว่าคุณมีความสามารถ (competence), มีความสำคัญ (significance), มีอำนาจ (power), และมีคุณความดี (virtue) (Coopersmith 1981) ซึ่งการที่คนเราได้ทำตามแนวความคิดทางการเมืองของตน ย่อมทำให้ตนเองรู้สึกว่าคุณมีความสามารถ มีความสำคัญ มีอำนาจและมีเสรีในการทำในสิ่งที่ตนเชื่อ และการทำตามแนวความคิดทางการเมือง ทำให้รู้สึกว่าตนนั้นมีคุณความดีเช่นเดียวกัน ในอีกทางก็เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ (identity) ของตนเองที่มีต่อการเมือง ทำให้เกิดอัตตมโนทัศน์ (self-concept) ที่เกิดจากการรับรู้ความเป็นกลุ่มพวกเดียวกันในสังคม (Turner and Reynolds 2008, 134–136) และทำให้เกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองทางการเมือง (political efficacy)

แต่ชัยชนะทางการเมืองนั้นสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันและอาจจะสำคัญมากกว่าด้วยซ้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคะแนนเสียงของตนจะเสียของไป เหตุผลที่ชัยชนะทางการเมืองนั้นสำคัญสำหรับประชาชนนั้น เนื่องมาจากการได้รับชัยชนะทางการเมืองทำให้อุดมการณ์ทางการเมืองของตนสามารถเข้าสู่อำนาจรัฐ และเมื่อมีอำนาจรัฐก็จะดำเนินนโยบายสาธารณะที่สร้างอรรถประโยชน์ให้กับฐานคะแนนเสียงอย่างตนอันเป็นไปตามกลไกของเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการเมืองและการเลือกตั้ง (Downs 1957, 146) ดังนั้นหากเป็นไปได้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งเองจึงอยากจะเลือกผู้สมัครที่เป็นตัวแทนความคิดทางการเมืองของตนเพื่อให้ตนเองมีโอกาสที่จะได้รับอรรถประโยชน์ทางการเมือง แต่ในขณะเดียวกันก็อยากให้คะแนนเสียงที่มีคุณค่าของตนแก่คนที่ตนชื่นชอบนั้นชนะการเลือกตั้งด้วย เพื่อให้ตนเองมีโอกาสที่จะได้รับอรรถประโยชน์ทางการเมืองสูงสุด

เท่าที่จะทำได้เช่นกัน อันเป็นการเน้นย้ำให้เห็นว่าทั้งความคิดทางการเมืองหรือการเลือกเพราะชอบ และความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะหรือเลือกเพราะว่าจะชนะ ต่างมีความสำคัญมากทั้งคู่สำหรับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง โดยที่ความคาดหวังที่ผู้สมัครจะชนะเลือกตั้งมีทั้งผลบวกทางตรง (direct effect) และทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับ (moderator variable) หรือเป็นผลอันตรรกิริยา (Interaction effect) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนความคิดทางการเมืองและข้อตัดสินใจเลือกในการเลือกตั้งในประเทศไทย

ผลการศึกษาที่พบว่าคนไทยจะเลือกลงคะแนนเสียงให้กับคนที่เป็นทั้งตัวแทนความคิดทางการเมืองของตนและมีแนวโน้มว่าจะชนะด้วยสนับสนุนแนวปฏิบัติและกฎหมายเลือกตั้งของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ที่ห้ามเผยแพร่ผลโพลหรือผลการสำรวจความเห็นสาธารณะก่อนการเลือกตั้งเจ็ดวัน โดย กกต. ได้ให้เหตุผลว่าผลโพลอาจเป็นการชี้นำประชาชน หรือมีการให้ข้อมูลอันเป็นเท็จหรือหลอกลวง ทั้งนี้ผลการศึกษาสนับสนุน กกต. เนื่องจากผลโพลอาจจะเป็นการชี้นำประชาชนว่าผู้สมัครหรือพรรคการเมืองใดจะชนะการเลือกตั้งและเหนี่ยวนำให้เกิดความคาดหวังว่าผู้สมัคร/พรรคการเมืองที่ตนเองเลือกจะชนะเป็นการเปลี่ยน outcome expectation และทำให้เกิดการทะคะแนนไปให้พรรคการเมืองที่มีแนวโน้มที่จะชนะมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบกันและทำให้การเลือกตั้งไม่เป็นธรรม

สิ่งที่พรรคการเมืองและนักการเมืองไทยจำนวนมากปฏิบัติกันมายาวนานคือการสร้างความมั่นใจให้ประชาชนเชื่อและศรัทธาว่าตนเองหรือพรรคของตนเองจะชนะการเลือกตั้งและจะได้เป็นรัฐบาล จะได้ถืออำนาจรัฐ ซึ่งแท้จริงแล้วเป็นการสร้างความคาดหวังที่ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองจะชนะการเลือกตั้งอันเป็น outcome expectation ตามแนวคิดของ Bandura ในทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคม ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่านักการเมืองและพรรคการเมืองนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความคาดหวังดังกล่าวให้เกิดขึ้น ต้องทำให้คนรู้สึกเชื่อว่าตนเองหรือพรรคการเมืองจะชนะ หรือเชื่อมั่นว่าจะชนะ มีแนวโน้มจะช่วยให้ประชาชนลงคะแนนให้มากขึ้นและเพิ่มโอกาสในการได้รับชัยชนะ ทั้งนี้การสร้าง ความคาดหวังว่าผู้สมัคร/พรรคการเมืองที่ตนเลือกนั้นน่าจะทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนความคิดทางการเมืองเป็นอย่างมาก

การสร้างความรู้สึกรับประกันว่าผู้สมัครหรือพรรคการเมืองจะชนะ ต้องเริ่มต้นด้วยความมั่นใจของพรรคและผู้สมัครเองว่าจะชนะเลือกตั้ง และมีโอกาสจัดตั้งรัฐบาล ไม่เช่นนั้นผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะรู้สึกว่าเสียของเปล่า ๆ แม้ลงคะแนนเลือกไปก็ตาม นอกจากนี้การแสดงความเชื่อมโยงกับอำนาจรัฐหรือพรรคที่มีแนวโน้มจะชนะการเลือกตั้งและจัดตั้งรัฐบาลจะช่วยให้เกิดความเชื่อมโยงกับความคาดหวังว่าจะชนะเลือกตั้งได้ง่าย และมีโอกาสถืออำนาจรัฐและเป็นรัฐบาลได้ง่ายมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น พรรคไทยรักไทยในการเลือกตั้ง พ.ศ. 2544 มีการสร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นพรรคการเมืองที่มีสมาชิกที่มีความชำนาญในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของประชาชน มีทักษะการบริหารสมัยใหม่ มีวิสัยทัศน์ กล้าคิดกล้าทำสิ่งใหม่ ๆ ที่จะสามารถแก้ไข

ปัญหาต่าง ๆ ของประเทศ (Paiboon Kamonsujaritpan 2000) เกิดเป็นกระแสว่าพรรคไทยรักไทยน่าจะชนะการเลือกตั้ง ทำให้ประชาชนมั่นใจว่าพรรคไทยรักไทยน่าจะชนะการเลือกตั้งอย่างแน่นอนและทะคะแนนเลือกตั้งให้จนชนะถล่มทลายในที่สุด

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยที่พบว่าคนไทยจะเลือกนักการเมือง/พรรคการเมืองที่มีแนวโน้มจะชนะจะทำให้พรรคการเมืองขนาดใหญ่มีโอกาสที่จะชนะได้ง่ายกว่าพรรคการเมืองขนาดกลางและเล็กหรือไม่ เป็นเรื่องที่น่าจะต้องวิเคราะห์และศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต ทั้งนี้พึงตั้งข้อสังเกตว่าระบบการเลือกตั้งแบบบัตรเดียวในรัฐธรรมนูญปี 2560 มาตรา 90-92 ที่กำหนดให้พรรคการเมืองได้รับ ส.ส. แบบบัญชีรายชื่อได้ไม่เกินจำนวน ส.ส. ที่พึงมี (คำนวณตามสัดส่วนคะแนนเสียงเลือกตั้งทั่วประเทศที่แต่ละพรรคได้รับ) หักออกด้วยจำนวน ส.ส. ที่ชนะเลือกตั้งแบบแบ่งเขตของพรรคนั้น ๆ อาจจะทำให้ประชาชนมีความระมัดระวังในการเลือกตั้งให้เป็นการลงคะแนนแบบมีกลยุทธ์ (strategic voting) ให้มากขึ้น เพราะการทะคะแนนเลือกพรรคใดพรรคหนึ่งมากเกินไปอาจจะไม่นำมาซึ่งชัยชนะ เพราะจะทำให้หมดสิทธิชนะในการเลือกตั้งแบบบัญชีรายชื่ออย่างสิ้นเชิง หากมีจำนวน ส.ส. แบบแบ่งเขตมากเพียงพอแล้ว

แม้การศึกษานี้จะพบว่าคนไทยเลือกเพราะชอบหรือเลือกตั้งตามความคิดเห็นทางการเมืองของตน แต่การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นทางการเมืองหรือนักการเมือง/พรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดเห็นนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก แต่ก็สามารถทำได้ เช่น

หนึ่ง ต้องเข้าใจว่าประชาชนแต่ละกลุ่มมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไร แล้วจัดกลุ่มการตลาด (market segmentation) โดยแบ่งประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งออกเป็นกลุ่มย่อยตามอาชีพ อายุ หรือภูมิภาค และวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งว่า ความต้องการหรือคุณค่าของประชาชนแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างไร โดยการสำรวจความต้องการ การลงพื้นที่พบปะประชาชน หรือจัดงานให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และนำเสนอนโยบายสาธารณะและรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง (political communication) ที่แตกต่างกันต่อประชาชนเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนแต่ละกลุ่มได้อย่างแท้จริง อันจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นทางการเมืองหรือตัวแทนความคิดเห็นทางการเมืองได้ง่ายขึ้น และมีโอกาสได้รับคะแนนเสียงเลือกตั้งมากขึ้น

สอง การแสดงจุดร่วมและการสงวนจุดต่างในการสื่อสารทางการเมืองโดยเทคนิค “foot in the door” หรือ “เอาเท้าเหย้าเข้าไป” น่าจะช่วยยับยั้งการเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองให้เป็นไปอย่างช้าแต่ไม่แตกหักและนุ่มนวล เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวแทนความคิดเห็นทางการเมือง

สาม การนำเสนอนโยบายสาธารณะที่ส่งผลทางเศรษฐกิจของแต่ละครัวเรือนโดยตรงน่าจะได้ผลในการเปลี่ยนแปลงตัวแทนความคิดเห็นทางการเมืองได้ง่ายที่สุด การเปลี่ยนแปลงตัวแทนความคิดหรืออุดมการณ์ทาง

การเมืองถือว่าเป็นการเปลี่ยนทัศนคติ (attitude change) ทั้งนี้ ตาม rational choice theory ต้องทำให้รู้สึกว่าจะได้รับอรรถประโยชน์ที่อยากได้ เมื่อผู้สมัครหรือพรรคการเมืองเสนออรรถประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการก็จะทำให้มีความคิดทางการเมืองตรงกัน และไปลงคะแนนเสียงให้ในที่สุด (Mueller 2003)

ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้ที่ไม่มีตัวแทนความคิดทางการเมืองหรือผู้ที่เลือก no vote หรือ ไม่ลงคะแนนเสียงให้ผู้ใดหรือพรรคใดเลย ซึ่งน่าจะถือว่าเป็น swing voters ให้มีตัวแทนความคิดทางการเมืองให้ชัดเจนน่าจะพอทำได้ง่ายกว่า และควรใช้การวิจัยเชิงทดลองหรือกึ่งทดลองเพื่อทดสอบว่าการสื่อสารทางการเมืองแบบใดจึงจะได้ผล ในการเปลี่ยนแปลงตัวแทนความคิดทางการเมืองของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นหัวข้องานวิจัยในอนาคตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับพรรคการเมืองเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับการเลือกตั้งที่กำลังจะมาถึงนั้น ผู้สมัครและพรรคการเมืองต้องหากกลยุทธ์ในการสื่อสารการเมืองที่จะโน้มน้าวให้ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง หนึ่ง เปลี่ยนแนวความคิดหรืออุดมการณ์ทางการเมืองให้ตรงกับพรรคการเมืองของตน สอง เปลี่ยนความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนชอบจะชนะ ให้เป็นของพรรคของตนเอง อันเป็นหัวข้อในการศึกษาวิจัยที่ทำหายไปในอนาคต

References

- Agresti, Alan. 2002. **Categorical Data Analysis**. 2nd ed. Hoboken, NJ: John-Wiley.
- Ajzen, Icek. 1985. "From Intention to Actions: A Theory of Planned Behavior." In **Action Control: From Cognitions to Behavior**, edited by Julius Kuhl and Jurgen Beckmann, 11-39. New York: Springer-Verlag.
- , 2012. "The Theory of Planned Behavior." In **Handbook of Theories of Social Psychology**, edited by Paul A. M. Van Lange, Arie W. Kruglanski and E. Tory Higgins, 438-459. London: SAGE.
- Bandura, Albert. 1982. "Self-Efficacy Mechanism in Human Agency." **American Psychologist** 37(2): 122-147.
- , 1977. "Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change." **Psychological Review** 84(2): 191-215.
- , 1997. **Self-Efficacy: The Exercise of Control**. New York: Freeman.
- , 1986. **Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Baron, Reuben M., and David A. Kenny. 1986. "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations." **Journal of Personality and Social Psychology** 51(6): 1173-1182.
- Campbell, Angus, Gerald Gurin, and Warren Edward Miller. 1954. **The Voter Decides**. Evanston, IL: Row, Peterson and Co.
- Chai-Anan Samudavanija. 1974. **Udomkan Thang Kanmueang**. [Political Ideology]. Bangkok: Kledthai. (in Thai)
- Coopersmith, Stanley. 1981. **The Antecedents of Self-Esteem**. 2nd ed. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Downs, Anthony. 1957. **An Economic Theory of Democracy**. New York: Harper & Row.
- Dutton, Jane E., Janet M. Dukerich, and Celia V. Harquail. 1994. "Organizational Images and Member Identification." **Administrative Science Quarterly** 39(2): 239-263.
- Erikson, Robert S., and Kent L. Tedin. 2003. **American Public Opinion: Its Origins, Content and Impact**. 6th ed. New York: Longman.

- Graham, Jesse, Jonathan Haidt, and Brian A. Nosek. 2009. "Liberals and Conservatives Rely on Different Sets of Moral Foundations." **Journal of Personality and Social Psychology** 96(5): 1029–1046.
- Haslam, S. Alexander, Jolanda Jetten, Tom Postmes, and Catherine Haslam. 2009. "Social Identity, Health and Well-Being: An Emerging Agenda for Applied Psychology." **Applied Psychology: An International Review** 58(1): 1-23. doi: 10.1111/j.1464-0597.2008.00379.x.
- Jost, John T., Jack Glaser, Arie W. Kruglanski, and Frank J. Sulloway. 2003. "Political Conservatism as Motivated Social Cognition." **Psychological Bulletin** 129(3): 339–375.
- Madden, Thomas J., Pam Scholder Ellen, and Icek Ajzen. 1992. "A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action." **Personality and Social Psychology Bulletin** 18(1): 3-9.
- Meyer, David, Achim Zeileis, and Kurt Hornik. 2006. "The Strucplot Framework: Visualizing Multi-way Contingency Tables with VCD." **Journal of Statistical Software** 17(3): 1-48.
- Mueller, Dennis Cary. 2003. **Public Choice III**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paiboon Kamonsujjaritpan. 2000. "Kan Suesan Phaplak: Korrani Sueksa Phak Thai Rak Thai." [Political Party's Image Communication: A Case Study of Thais Love Thais Party]." Master's thesis, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. (in Thai)
- Scott, Craig R., Steven R. Corman, and George Cheney. 1998. "Development of a Structural Model of Identification in the Organization." **Communication Theory** 8(3): 298–336. doi: 10.1111/j.1468-2885.1998.tb00223.x.
- Somkiat Wanthana. 2001. **Udomkan Thang Kanmueang Ruam Samai**. [Contemporary Political Ideologies]. Bangkok: Aksorn Khaosuai. (in Thai)
- Tajfel, Henri, and John Charles Turner. 1979. "An Integrative Theory of Intergroup Conflict." In **The Social Psychology of Intergroup Relations**, edited by W. G. Austin and S. Worchel, 33–47. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- , 1986. "The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour." In **The Psychology of Intergroup Relations**, edited by S. Worchel and W. G. Austin, 7–24. Chicago, IL: Nelson-Hall.

- Thailand. National Statistical Office. Statistical Forecasting Bureau. 2012. **Rai-ngan Sathiti Rai Pi Prathet Thai 2555**. [Statistical Yearbook Thailand 2012]. Bangkok: The Office. (in Thai)
- Turner, John Charles, and Katherine J. Reynolds. 2012. "Self-Categorization Theory." In **Handbook of Theories in Social Psychology**, edited by Paul A.M. Van Lange, Arie W. Kruglanski and E. Tory Higgins, 399-417. London: SAGE. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446249222.n46>.
- , 2008. "The Social Identity Perspective in Intergroup Relations: Theories, Themes, and Controversies." In **Blackwell Handbook of Social Psychology: Intergroup Processes**, edited by Rupert Brown and Samuel L. Gaertner, 133–152. Malden, MA: Blackwell.
- Turner, John Charles, and Penny Oakes. 1986. "The Significance of the Social Identity Concept for Social Psychology with Reference to Individualism, Interactionism and Social Influence." **British Journal of Social Psychology** 25(3): 237–252.