

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งล่าสุด (2554) ของคนไทย

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์*

สุพัฒน์ วงศ์สุขุมอมร**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในประเทศไทย ตัวอย่างจำนวน 1,500 คน มาจากชุดข้อมูลการสำรวจระดับชาติ “ความคิดเห็นของประชาชนชาวไทยต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 ก่อนการเลือกตั้ง” โดยสถาบันพระปกเกล้าและสำนักงานสถิติแห่งชาติ ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกทวินามพบว่า การรับรู้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ส่วนความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ และการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า สัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ดังนั้น ในการรณรงค์ให้คนไทยออกมาใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งต้องยกระดับความสนใจในการเลือกตั้งหรือในระดับที่กว้างกว่าคือ ความสนใจการเมืองสำหรับพรรคการเมืองและนักการเมืองต้องทำให้ประชาชนเชื่อมั่นได้ว่าตนจะเป็นผู้ที่ชนะการเลือกตั้ง จึงจะทำให้ประชาชนไปลงคะแนนเสียงให้ การวิจัยในอนาคตควรสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่อาจจะยกระดับความสนใจการเมืองในการเลือกตั้ง

คำสำคัญ: ความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พฤติกรรมการเลือกตั้ง ความสนใจในการเลือกตั้ง ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ

* คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

อีเมล: armond@as.nida.ac.th

** ศูนย์คลังปัญญาและสารสนเทศ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Factors Related to Voting Intention in the 2011 Election among Thais

Arnond Sakworawich*

Suphat Vongsukhum-amorn**

Abstract

This article aims to investigate the factors related to the intent to vote in Thailand. The dataset was taken from a national survey on pre-election public opinion towards candidates for the 2011 House of Representatives election, with a sample of size 1,500 responses collected jointly by the National Statistical Office and King Prajadhipok Institute. Binary logistic regression analysis reveals that: (a) perceived family economic status negatively relates to intent to vote, and (b) past election participation, interest in the upcoming election, and expectation of the election outcome positively relate to intent to vote. Hence, election campaigns to encourage voting should aim to elevate interest in the upcoming elections and political interest in general. Political parties and politicians need to make voters trust that they will win the election, so that voters will vote for them. Future research could focus on digital media usage behavior, which could be used to raise interest in elections and politics in general.

Keywords: Behavioral intention to vote, election behavior, interest in election, outcome expectation on election result

* School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration (NIDA).

E-mail: arnond@as.nida.ac.th

** Intelligence and Information Center, National Institute of Development Administration (NIDA).

บทนำ

การเลือกตั้งเป็นกลไกสำคัญเพื่อสรรหาตัวแทนเสียงของประชาชนส่วนใหญ่ในทุกประเทศที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย ดังนั้น การไปลงคะแนนเลือกตั้งจึงถือเป็นหน้าที่ของประชาชนและเป็นก้าวแรกของระบอบประชาธิปไตย ดังนั้น ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง (voting participation) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องศึกษาและนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปรณรงค์ให้ประชาชนออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งจึงมีความสำคัญต่อประชาธิปไตยเป็นอย่างยิ่ง

การศึกษาการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในอดีตใช้ทฤษฎีทางสังคมวิทยา ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ทฤษฎีทุนมนุษย์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่น เพศ (Durden & Gaynor, 1987) เชื้อชาติ วัฒนธรรม ศาสนา (Durden & Gaynor, 1987; Liu, Austin & Orey, 2009) อายุ (Durden & Gaynor, 1987) ระดับรายได้ (Chapman & Palda, 1983) อาชีพ ต้นทุนทางสังคม (Bevelander & Pendakur, 2009) การศึกษา (Chapman & Palda, 1983) ทศนคติทางการเมือง (Jeong & Chung, 2012) ความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายสาธารณะและสวัสดิการ (Friedman & Rizzolo, 2017) ภูมิภาคและถิ่นที่อยู่อาศัย (Pankwaew, B.E.2556a) ความเจ็บป่วย ความพิการ สุขภาพ (Friedman & Rizzolo, 2017) การเข้าถึงสื่อดิจิทัลและความสนใจทางการเมือง (Bimber et al., 2014) เป็นต้น กับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เช่น การศึกษาล่าสุดในประเทศไทยที่พบว่า ทศนคติทางการเมืองที่มีต่อหัวหน้าพรรคการเมืองและพรรคการเมืองสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกตั้งที่ชัดเจนอันเป็นการเลือกเพราะชอบ (Pankwaew, B.E.2556a; B.E.2556b)

ทั้งนี้ ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ใช้ในการทำนายพฤติกรรมมนุษย์นั้นมีมาก (Ajzen, 1985; 1988; 1991; 1992; 2005; 2012; Fishbein & Ajzen, 1975) และช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติกับพฤติกรรม ในทางจิตวิทยาการเมืองก็มีการนำทฤษฎีดังกล่าวมาศึกษาพฤติกรรมการเมืองซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการเลือกตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม (Sniderman, Brody & Tetlock, 1991)

ดังนั้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (behavioral intention to vote) ของคนไทย โดยอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยาและทฤษฎีทางสังคมวิทยา โดยคาดว่าจะอธิบายปัจจัยที่สัมพันธ์ดังกล่าวได้แม่นยำมากขึ้น และเป็นแนวทางสำหรับผู้สมัครรับเลือกตั้ง พรรคการเมืองต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยนำไปปรับใช้ในการรณรงค์ให้คนไทยออกไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียง นำไปสู่การพัฒนาการเมืองของไทย รวมทั้งเป็นแนวทางในการศึกษาด้านการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการออกไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เจตนาเชิงพฤติกรรมเป็นตัวแปรทำนายพฤติกรรมและเป็นตัวแปรสื่อ (Mediator variable) ระหว่างเจตคติกับพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1985; 1991; 1992; 2005; 2012) ซึ่งเป็นทฤษฎีจิตวิทยาสังคมที่ขยายมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (theory of reasoned action) (Ajzen, 1988; Fishbein & Ajzen, 1975)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1985; 1991) นั้นอธิบายว่า พฤติกรรมสามารถทำนายได้ด้วยเจตนาเชิงพฤติกรรม โดยที่เจตนาเชิงพฤติกรรมนั้นคือ เจตนาหรือความตั้งใจของมนุษย์ที่จะกระทำพฤติกรรมบางอย่างเพื่อบรรลุผลสำเร็จ สามารถใช้พิจารณาและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเจตนาต่อพฤติกรรมกับการกระทำของมนุษย์ภายใต้สมมุติฐานว่า พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมานั้นได้ผ่านการพิจารณาอย่างเป็นระบบและทำการตัดสินใจลงมือทำบนพื้นฐานข้อมูลที่มี (Ajzen, 2012) ในหลายกรณีที่ไม่สามารถศึกษาพฤติกรรมได้โดยตรง เช่น พฤติกรรมการเลือกตั้งที่ต้องการทำนายได้ก่อนการเลือกตั้ง การสอบถามหรือการสำรวจความคิดเห็นสาธารณะจะใช้เจตนาเชิงพฤติกรรมที่จะไปเลือกตั้งหรือความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นตัวแปรตามในการศึกษา ซึ่งต้องทำนายไว้ล่วงหน้าก่อนมีการเลือกตั้งจริงที่ไม่สามารถติดตามเข้าไปเก็บข้อมูลในคุหาเลือกตั้งได้

ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะกับความตั้งใจไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

การที่คนเราคาดหวังว่า ผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะนั้น เป็นความรู้สึกที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้ได้ถึงความสามารถในการควบคุมการแสดงพฤติกรรมของตน (perceived behavioral control: PBC) ตามทฤษฎีพฤติกรรมกระทำตามแผนซึ่งช่วยทำนายได้ทั้งพฤติกรรมและเจตนาเชิงพฤติกรรม ดังนั้นเมื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งคาดหวังว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ตนเองเลือกจะชนะทำให้เกิดความรู้สึกควบคุมได้ และน่าจะทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

การควบคุมการแสดงพฤติกรรมของตนเป็นตัวแปรที่มีความใกล้เคียงกันกับการรับรู้ความสามารถของตนเองโดยทั่วไป (generalized self-efficacy) ของ Albert Bandura (1977; 1978; 1982a; 1982b; 1997) และความคาดหวังว่า ผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะถือว่าเป็นความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura (1986; 1991) เช่นกัน โดยที่การรับรู้ความสามารถของตนเองโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพของมนุษย์โดยทั่วไป ในขณะที่ความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นเป็นความคิดที่มีต่อการกระทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ เป็นการเฉพาะเจาะจง

ตามแนวคิดของ Bandura มนุษย์เรียนรู้ประโยชน์และความเหมาะสมของพฤติกรรมจากการสังเกตรูปแบบและผลของพฤติกรรมนั้น และจะแสดงพฤติกรรมตามความเชื่อที่ได้คำนึงถึงผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น หรือกล่าวได้ว่า คนจะตัดสินใจแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อมีความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้น ความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นคือ ประสิทธิภาพของพฤติกรรมที่จะสร้างผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาหรือความเชื่อว่าจะเกิดผลลัพธ์ที่ตรงตามที่ต้องการเมื่อได้แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกไป (Bandura, 1991; Maddux, Sherer & Rogers, 1982) หากเชื่อว่าจะได้ผลลัพธ์ในทางที่ดี ก็จะเป็นการกระตุ้นหรือเพิ่มแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรม แต่ถ้าเชื่อว่าจะได้ผลลัพธ์ในทางที่ไม่ดีก็จะเป็นการระงับหรือลดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรม (Bandura, 1986) สำหรับการไปลงคะแนนเลือกตั้งนั้น ผู้ที่ไปลงคะแนนเลือกตั้งจะมีแรงจูงใจที่จะทำพฤติกรรมก็ต่อเมื่อมีความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นว่าผู้สมัครที่ตนเองตั้งใจจะไปเลือกจะชนะการเลือกตั้ง ดังนั้น จึงตั้งสมมุติฐานว่า

H1: ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

การมีนักการเมืองและพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

มนุษย์แต่ละคนนั้นมีความคิดเห็นต่อการจัดการสังคมการเมืองที่พึงปรารถนาแตกต่างกันไป ซึ่งความคิดเห็นนี้จะชี้นำความคิดและการกระทำหรือสิ่งที่แสดงออกมาผ่านการสื่อสาร เพื่อดึงดูดคนที่มีความคิดเห็นแบบเดียวกันเข้าหากัน ให้มาร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคมที่ตนนั้นไม่สามารถทำได้ด้วยตัวเองคนเดียว ให้เกิดขึ้นและเป็นไปในทางที่ตนและพวกของตนต้องการ (Erikson & Tedin, 2003; Samutwanit, B.E.2517; Wantana, B.E.2544) และเมื่อพบว่า มีผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองมีอุดมการณ์หรือแนวคิดทางการเมืองตรงกับตนแล้ว เปรียบเสมือนมีผู้ที่จะจัดการสังคมให้เป็นไปอย่างที่ตนต้องการแทนตนแล้ว ก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดนั้น การได้เลือกในสิ่งที่เป็นตัวแทนความคิดของตนเองนั้นเป็นกระบวนการเสริมสร้างอัตลักษณ์ในตน (Haslam et al., 2009) ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัยในประเทศไทยในอดีตก็พบว่า คนไทยจะไปลงคะแนนให้พรรคการเมืองที่มีหัวหน้าพรรคที่ตนเองชอบหรือเลือกพรรคการเมืองที่ตนเองชอบ (Pankwaew, B.E.2556a; B.E.2556b) ดังนั้น จึงตั้งสมมุติฐานว่า

H2: การมีนักการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

H3: การมีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึงกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

มนุษย์เราทำตามสิ่งที่เราสนใจ คนเรามีความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีความชอบไม่เหมือนกัน เมื่อเรารู้สึกสนใจกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วจะมีผลกระทำพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นมากขึ้น โดยทั่วไปแล้วยังสนใจสิ่งใดมาก คนเราก็จะชวนขวยที่จะเรียนรู้หรือทำสิ่งนั้นมากขึ้นตามไปด้วย โดยที่ความสนใจทำให้เกิดความสนุกสนานและทำให้มีประสบการณ์ที่ดีในการทำพฤติกรรม (Csikszentmihalyi, 1996)

ผลการวิจัยพบว่า ความสนใจที่นักเรียนมีต่อวิชาใดนั้นจะเป็นตัวพยากรณ์ถึงการให้ความร่วมมือในชั้นเรียนวิชานั้นที่แม่นยำอย่างมาก (Rotgans, 2015) นอกจากนี้ ยังพบว่า ความสนใจทางการเมือง ซึ่งวัดด้วยการพูดเรื่องเกี่ยวกับการเมือง ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อดิจิทัลกับความน่าจะเป็นที่คนจะออกไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้นสูงเพิ่มขึ้นมาก หรืออีกนัยหนึ่งความสนใจทางการเมืองกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อดิจิทัลและการออกไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Bimber et al., 2014) ดังนั้น บุคคลที่มีความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึงมีแนวโน้มที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ดังนั้น จึงตั้งสมมุติฐานว่า

H4: ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึงสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้ากับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

มนุษย์ไม่ได้ตัดสินใจอย่างมีเหตุผลหรือกระทำตามแผนเพียงอย่างเดียวเสมอไป พฤติกรรมของมนุษย์ไม่ได้เกิดขึ้นแค่เพียงครั้งเดียวในชีวิต แต่มีโอกาสเกิดซ้ำ ทั้งนี้ มนุษย์มีการเรียนรู้อยู่เสมอ ผลของการกระทำที่เกิดขึ้นในครั้งก่อนย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจในการแสดงพฤติกรรมในครั้งต่อ ๆ ไปด้วย ในทางจิตวิทยานั้น กล่าวกันว่า ตัวแปรพยากรณ์พฤติกรรมในอนาคตที่ดีที่สุดคือ พฤติกรรมในอดีต ผลการวิเคราะห์ห่อภิมาณ (meta-analysis) พบว่าพฤติกรรมในอดีตทำนายพฤติกรรมในอนาคตและยังทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมได้ดีด้วย และเจตนาเชิงพฤติกรรมสามารถทำนายพฤติกรรมในอนาคตได้ดีเช่นกัน (Ouellette & Wood, 1998) แต่นักจิตวิทยาบางคนก็ไม่เชื่อเช่นนั้น โดยอธิบายว่าเป็นเพียงผลจากการวัดด้วยวิธีการเดียวกันและข้อบกพร่องของการวิเคราะห์ (Ajzen, 2002)

พฤติกรรมที่ทำซ้ำ ๆ บ่อยครั้งอาจจะเรียกว่าเป็นนิสัย และทำไปด้วยความเคยชิน ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมอย่างอัตโนมัติโดยไม่ผ่านกระบวนการตัดสินใจ (Triandis, 1977) หากผลของพฤติกรรมในอดีตนั้นส่งผลทางบวกต่อบุคคลที่กระทำแล้ว เมื่ออยู่ในสถานการณ์แบบเดียวกันอีก หรือมีปัจจัยแวดล้อมที่ไม่แตกต่างไปจากเดิม บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก (Bentler & Speckart, 1981; Ouellette & Wood, 1998) หลังจากที่คนเราได้ทำพฤติกรรมใดไปแล้วจะยึดติดกับพฤติกรรมนั้น และมักจะคิดหาความรู้หรือหลักการที่ได้เรียนรู้มาก่อนหน้าอย่างลำเอียงเพื่อสนับสนุนว่าสิ่งที่ตัวเองได้กระทำไปนั้นถูกต้องแล้ว (Janis & King, 1954) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีที่พฤติกรรมนั้นให้ผลลัพธ์ที่พึงปรารถนา จากนั้นจะพัฒนาเป็นเจตคติต่อพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก แม้ว่า พฤติกรรมที่แสดงออกนั้นขัดแย้งกับเจตคติเดิมที่มีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ มนุษย์เราก็จะพยายามหาเหตุผลเข้าข้างตัวเองโดยโน้มน้าวว่ามีเหตุผลที่ดีที่จะต้องกระทำสิ่งนั้น และไปแก้ไขเจตคติที่ขัดแย้งนั้นใหม่ จากนั้นก็จะใช้เจตคติที่แก้ไขใหม่นี้ในการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมในอนาคตแทนตามทฤษฎีความไม่คล้องจองของปัญญา (Festinger, 1957; Festinger & Carlsmith, 1959; Wicklund & Brehm, 1976) หลายครั้ง การทำพฤติกรรมในอนาคตนั้นไม่ได้ไตร่ตรองหรือรับรู้ผลลัพธ์ของพฤติกรรมครั้งล่าสุดที่ได้กระทำไปแต่อย่างใด (Bern & McConnell, 1970) ทั้งนี้ พฤติกรรมในอดีตนำไปสู่ 1) อคติ การตีความเข้าข้างพฤติกรรมหรือการเปลี่ยนเจตคติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ได้ทำมาในอดีต 2) ทำให้เกิดการรับรู้ตนเองที่นำไปสู่เจตคติ และ 3) ทำนายพฤติกรรมในอนาคตได้ (Albarracín & Wyer, 2000) ดังนั้น จึงตั้งสมมุติฐานว่า

H5: การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้าสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ระดับการศึกษากับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผลการวิจัยในต่างประเทศ เช่น ในสหรัฐอเมริกา (Blais, 2000; Wolfinger & Rosenstone, 1980) และแคนาดา (Chapman & Palda, 1983) นั้นพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาที่สูงจะมีแนวโน้มที่จะออกไปมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เพราะการศึกษาที่มากขึ้นนั้นจะทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในการเมืองมากยิ่งขึ้น และตระหนักถึงหน้าที่ของตนเองต่อสังคมที่จะต้องมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งเป็นอย่างน้อย

แต่ในประเทศไทยนั้น ในการเลือกตั้งทุกครั้งเราจะพบว่า ในเขตเทศบาลและในกรุงเทพมหานคร สถิติการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งจะต่ำกว่านอกเขตเทศบาลและในต่างจังหวัดอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยที่ประชากรที่อาศัยในเขตเทศบาลและในกรุงเทพมหานครหรือสังคมเมืองมักจะมีระดับการศึกษาสูงกว่า ประชากรนอกเขตเทศบาลหรือในกรุงเทพมหานคร

การที่มีสิทธิออกเสียงในเมืองหรือในกรุงเทพฯที่มีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยสูงกว่าอาจจะมีภาระหน้าที่รับผิดชอบและทำมาค้าขายมากกว่าคนในสังคมชนบทที่เป็นสังคมเกษตร ทำให้ไม่มีเวลามาสนใจการเมืองหรือไม่สะดวกที่จะไปใช้สิทธิในวันเลือกตั้ง

แต่ในอีกด้านหนึ่งทฤษฎีสองนคราประชาธิปไตยได้อธิบายไว้ว่า คนเมืองผู้มีการศึกษาสูงกว่าไม่เห็นอรรถประโยชน์ในการออกไปเลือกตั้งมากนัก เพราะฐานเสียงส่วนใหญ่อยู่ในชนบทและอาจจะรู้สึกว่าการเลือกตั้งผู้แทนราษฎรไม่ว่าจะเป็นใครที่ชนะก็ไม่ได้เกิดประโยชน์อะไรกับตน เพราะสามารถพึ่งพิงตนเองได้อยู่แล้ว จึงไม่มีประโยชน์อะไรที่จะต้องมาเสียเวลากับการเลือกตั้ง (Laothamatas, B.E.2549; B.E.2556) ทั้งนี้ ผลการวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดสงขลา (Juangthong, B.E. 2553) พบว่าประชาชนที่มาใช้สิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำเพียงระดับประถมศึกษาเท่านั้น ดังนั้นจึงตั้งสมมุติฐานว่า

H6: ระดับการศึกษาสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ระดับรายได้ของครัวเรือนและสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

โดยทั่วไปนั้น การศึกษานั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับรายได้และสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว ทั้งนี้ การศึกษามีส่วนช่วยทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและช่วยลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ลงไปได้ (Abdullah, Doucouliagos & Manning, 2015) ทั้งนี้ ระดับรายได้ของครัวเรือนเป็นการวัดในเชิงปริวิสัยออกมาเป็นตัวเลข ในขณะที่มุมมองของแต่ละคนต่อที่มีต่อรายได้ของตนนั้นแตกต่างกันไป แม้จะมีจำนวนเงินที่เท่ากันก็ตาม คนหนึ่งอาจจะมองว่าตนเองจน ในขณะที่อีกคนอาจจะมองว่าตนเองรวยแล้ว เพราะสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวเป็นการประเมินของบุคคลที่แตกต่างกันไปเป็นอัตวิสัย แต่ก็มีความสัมพันธ์กันเองทางบวกเช่นกัน

ผลการวิจัยในประเทศไทยพบว่า ระดับรายได้ของครัวเรือนสัมพันธ์ทางลบกับการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง โดยคนที่มีรายได้ของครัวเรือนอยู่ในระดับต่ำจะมีแนวโน้มที่จะออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากกว่าคนที่มีรายได้ของครัวเรือนสูง (Pankwaew, B.E.2556b) ทั้งนี้ ผลการศึกษาในประเทศแคนาดาก็พบว่า รายได้นั้นสัมพันธ์ทางลบกับการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งเช่นกัน (Chapman & Palda, 1983) แต่ได้อธิบายว่าระดับการศึกษานั้นสัมพันธ์ทางบวกกับระดับรายได้ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการพยากรณ์พฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งได้ เนื่องจากมีปัญหาการร่วมเชิงเส้นพหุ ดังนั้น การแปลความอาจจะต้องระวัง

สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวและระดับรายได้สัมพันธ์ทางลบกับการออกไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสามารถอธิบายได้ด้วยการให้รางวัลและการลงโทษ กล่าวคือ หากผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งประเมินสภาพเศรษฐกิจของตนเองหรือครอบครัวว่าดีขึ้นก็จะให้รางวัลผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ซึ่งก็คือผู้สมัครจากพรรคที่เป็นรัฐบาลหรือพรรคที่ประกาศนโยบายที่จะทำให้สภาพเศรษฐกิจดีขึ้น โดยการไปลงคะแนนให้ ในทางตรงข้าม หากประเมินสภาพเศรษฐกิจของตนเองหรือครอบครัวว่าแย่ลงก็จะลงโทษผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยการไปลงคะแนนให้ผู้สมัครจากพรรคอื่น ผู้ลงคะแนนเลือกตั้งสามารถประเมินโดยการมองย้อนกลับไปในอดีต ผลงานที่ผ่านมา และผลการดำเนินนโยบายสาธารณะ (Fiorina, 1978, 1981; Key, 1966) หรือมองไปข้างหน้าจากแนวโน้มของการเติบโตหลังการเลือกตั้ง (Alesina, Londregan & Rosenthal, 1993)

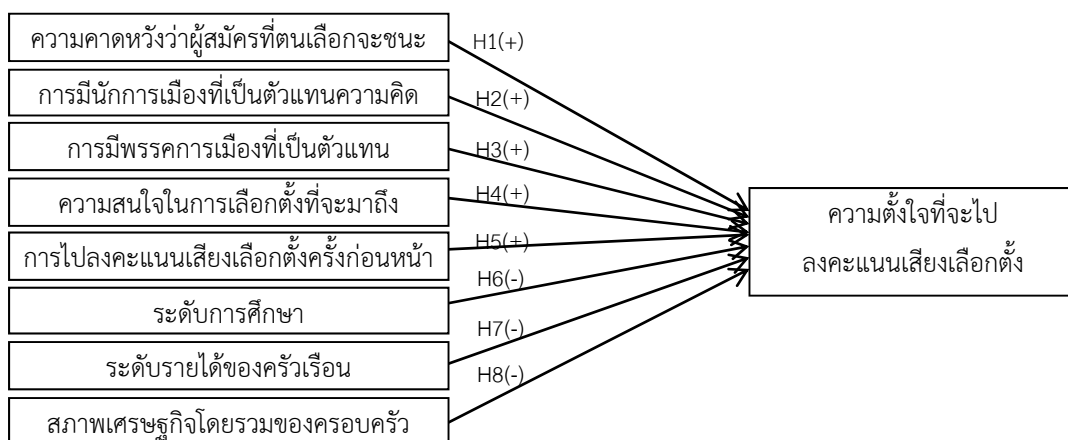
งานวิจัยเกี่ยวกับการชุมนุมขับไล่ทางการเมืองพบว่า ปัญหาทางเศรษฐกิจจะกระตุ้นให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งออกไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียง เพราะต้องการจะให้รัฐบาลรับผิดชอบต่อสภาวะเศรษฐกิจที่แย่โดยการทำให้พ้นไปจากอำนาจรัฐ (Rosenstone, 1982) ในภาพรวมประเทศที่มีสภาวะเศรษฐกิจที่แย่หรือเติบโตต่ำจะมีอัตราการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสูง หากเศรษฐกิจดีก็จะมีอัตราการไปลงคะแนนเสียงต่ำ (Koch, 2007)

นอกจากนี้ สำหรับในประเทศไทย ประชาชนในสังคมเมือง เช่น ในเขตเทศบาลหรือในเขตกรุงเทพมหานคร ไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งน้อยกว่าประชาชนในสังคมชนบทและในต่างจังหวัดอย่างชัดเจน (Office of the Election Commission of Thailand, B.E.2556) ซึ่งประชาชนในเขตเมืองมักจะมีระดับการศึกษาและระดับรายได้ที่สูงกว่าในเขตชนบท การมีภาระหน้าที่การงานและการทำมาค้าขายอาจจะเป็นอีกเหตุหนึ่งที่ทำให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งไม่สะดวกเท่าประชาชนในเขตชนบท เนื่องจากต้องทำงานเพื่อหารายได้ ดังนั้น จึงตั้งสมมติฐานว่า

H7: ระดับรายได้ของครัวเรือนสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

H8: สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้กรอบแนวคิดงานวิจัยปัจจัยสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดงานวิจัยปัจจัยสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

วิธีวิจัย

ตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้รับความอนุเคราะห์ชุดข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนชาวไทยต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 เป็นการสำรวจระดับชาติ ซึ่งเก็บข้อมูลก่อนการเลือกตั้งในวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 สำรวจโดยสถาบันพระปกเกล้า และสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2554 มีตัวอย่างทั้งหมด 1,500 คน การสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มครัวเรือนด้วยการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็นแบบมีระบบ อาศัยกรอบการสุ่มตัวอย่างของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งเป็นกรอบการสุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและครอบคลุมประชากรทั้งหมดของประเทศไทย โดยมีลักษณะของตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างเป็นชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อายุของตัวอย่างอยู่ในช่วง 41-60 ปี เกือบครึ่งของตัวอย่างทั้งหมด (49.90%) และมีอายุอยู่ในช่วง 23-40 ปี และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนใกล้เคียงกัน ด้านการศึกษาของตัวอย่างอยู่ระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่ามากที่สุด (62.20%) ระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. หรือเทียบเท่า (23.4%) ระดับปริญญาตรี (8.60%) อาชีพของตัวอย่างเป็นเกษตรกรมากที่สุด (44.53%) ส่วนมากมีรายได้ครัวเรือนน้อยกว่า 10,000 บาท (54.20%) ดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งใกล้เคียงกับรายงานสถิติประจำปีประเทศไทย (National Statistical Office, B.E.2555) ทั้งระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรและการวัด

ความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง วัดเจตนาเชิงพฤติกรรมตามทฤษฎีการกระทำตามแผน ซึ่งวัดจากคำถามหนึ่งข้อคือ “ท่านตั้งใจจะไปลงคะแนนในวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 หรือไม่” ซึ่งมีคำตอบเป็น ไปแน่นอน (95.9%) ไม่ไป (1.0%) ยังไม่แน่ใจ (2.7%) และไปเลือกตั้งล่วงหน้ามาแล้ว (0.4%)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากคำตอบที่ได้มีความถี่ต่ำมากสำหรับคำตอบบางประเภท เช่น ไม่ไปเลือกตั้ง เนื่องจากการตอบไม่ไปจะทำให้ผู้ตอบดูแย่ ไม่เป็นไปตามที่สังคมปรารถนา ทำให้ผู้ตอบต้องระวังตัวและเลียงตอบ เพื่อไม่ให้ตนเองดูขาดความรับผิดชอบต่อสังคมและการไม่ทำหน้าที่พลเมือง (Ones & Viswesvaran, 1998; Paulhus & Reid, 1991; Schmitt et al., 2003) การรวมประเภทคำตอบที่มีความใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกัน ในกรณีนี้ เพื่อให้มีความถี่มากเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ (Altman, 1991) ตามทฤษฎี Collapsibility Theorem (Agresti, 2002, Bishop, Fienberg & Holland, 1974) ซึ่งไม่ได้เปลี่ยนค่า Slope ของพารามิเตอร์ในตัวแบบ ทำให้ตัวแบบลดความซับซ้อนลงและเข้าใจได้ง่ายขึ้น (Manor, Matthews & Power, 2000) ช่วยแก้ปัญหาความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ทำให้ผลการวิเคราะห์มีความถูกต้องมากขึ้น (Lubbe, 2018) ทำให้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ (Glass & Hopkins, 1996) จึงได้รวมคำตอบ ไปแน่นอนและไปเลือกตั้งล่วงหน้ามาแล้ว เป็นประเภทเดียวกัน ถือว่าเป็นผู้ที่ตั้งใจจะไปเลือกตั้ง (1) และรวมไม่ไปกับยังไม่แน่ใจอยู่ด้วยกัน เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ตั้งใจจะไปเลือกตั้ง (0) เพื่อแก้ปัญหาความถี่ของรายการคำตอบแต่ละประเภทต่ำ อันทำให้ปัญหาความคลาดเคลื่อนมาตรฐานสูง เมื่อประมาณค่าด้วยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation) (Andersen, 1970)

ตารางที่ 1. ลักษณะเบื้องต้นของตัวอย่างของการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนชาวไทยต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 (ก่อนการเลือกตั้ง)

	จำนวน(คน) ร้อยละ		จำนวน(คน) ร้อยละ	
เพศ			อาชีพ	
ชาย	769	(51.27)	เกษตรกร	668 (44.53)
หญิง	726	(48.40)	พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัท/องค์กรเอกชน (NGOs)	84 (5.60)
ไม่ระบุ	5	(0.33)	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/องค์กรของรัฐ	66 (4.40)
รวม	1,500	(100)	เจ้าของกิจการ	237 (15.80)
อายุ			นักเรียน นิสิต นักศึกษา	16 (1.07)
น้อยกว่า 23 ปี	33	(2.20)	แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/ไม่ได้ทำงาน/ว่างงาน	209 (13.93)
23 – 40 ปี	360	(24.00)	รับจ้าง	193 (12.87)
41 – 60 ปี	749	(49.93)	อื่น ๆ	27 (1.80)
มากกว่า 60 ปี	350	(23.33)	รวม	1,500 (100)
ไม่ระบุ	8	(0.53)	ระดับรายได้ (ต่อเดือน) ของครัวเรือน	
รวม	1,500	(100)	น้อยกว่า 10,000	813 (54.20)
การศึกษา			10,000-30,000	387 (25.80)
ไม่เคยเรียน	59	(3.93)	30,000-60,000	105 (7.00)
ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	933	(62.20)	60,000-100,000	29 (1.93)
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. หรือเทียบเท่า	351	(23.40)	มากกว่า 100,000	29 (1.93)
ปริญญาตรี	129	(8.60)	ไม่ระบุ	137 (9.13)
สูงกว่าปริญญาตรี	13	(0.87)	รวม	1,500 (100)
ไม่ระบุ	15	(1.00)	ภูมิภาค	
รวม	1,500	(100)	กทม.	300 (20.00)
สถานภาพการสมรส			ภาคเหนือ	271 (18.07)
โสด	171	(11.40)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	466 (31.07)
สมรส	1194	(79.60)	ภาคกลาง	229 (15.27)
อื่น ๆ	131	(8.73)	ภาคใต้	234 (15.60)
ไม่ระบุ	4	(0.27)	รวม	1,500 (100)
รวม	1,500	(100)		

ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ วัดจากคำถาม “ท่านคิดว่า มีความเป็นไปได้หรือไม่ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ท่านจะเลือกนั้นจะชนะการเลือกตั้ง” ซึ่งมีคำตอบเป็น คิดว่าจะชนะ (1) กับ คิดว่าจะไม่ชนะ/ไม่แน่ใจว่าจะชนะ (0)

การมีนักการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด วัดจากคำถาม “ท่านคิดว่ามีผู้นำพรรคการเมือง หรืออดีตนักการเมืองคนใดหรือไม่ที่เป็น “ตัวแทน” ความคิดเห็นของท่านได้เป็นอย่างดี” ซึ่งมีคำตอบคือ มี (1) กับ ไม่มี (0)

การมีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด วัดจากคำถาม “ในความคิดเห็นของท่าน ที่ผ่านมา มีพรรคการเมืองใดหรือไม่ที่เป็น “ตัวแทน” ความคิดเห็นของท่านได้เป็นอย่างดี” ซึ่งมีคำตอบคือ มี (1) กับ ไม่มี (0)

ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง วัดจากคำถาม “ท่านให้ความสนใจกับการเลือกตั้งที่กำลังจะมาถึงอย่างไร” ซึ่งมีคำตอบเป็น ไม่สนใจเลย (0) ถึง สนใจมากที่สุด (10)

การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า วัดจากคำถาม “ท่านไปลงคะแนนเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ผ่านมา (การเลือกตั้งเมื่อ 23 ธ.ค. 2550) หรือไม่” ซึ่งมีคำตอบว่า ไป (1) กับ ไม่ได้ไป (0)

ระดับการศึกษา วัดจากคำถาม “ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของท่าน” แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ไม่เคยเรียน/ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า (1) มัธยมศึกษา อนุปริญญา ปวช. ปวส. หรือเทียบเท่า (2) และ ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี (3)

ระดับรายได้ของครัวเรือน วัดจากคำถาม “เดือนที่แล้วครอบครัวของท่านมีรายได้เท่าใด” แบ่งออกเป็น 4 ระดับคือ น้อยกว่า 10,000 บาท (1) 10,000-30,000 บาท (2) 30,000-60,000 บาท (3) และ มากกว่า 60,000 บาท (4)

สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว วัดจากคำถาม “ในปีที่ผ่านมา ท่านคิดว่า สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวท่านเป็นอย่างไร” แบ่งออกเป็น 5 ระดับคือ แย่ลงมาก (1) ค่อนข้างแย่ลง (2) เหมือนเดิม (3) ค่อนข้างดีขึ้น (4) และ ดีขึ้นมาก (5)

วิธีการวิเคราะห์

เนื่องจากตัวแปรตามในการศึกษานี้คือ ความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นตัวแปรทวินาม ส่วนตัวแปรต้นเป็นทั้งตัวแปรต่อเนื่อง และตัวแปรจัดประเภท วิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสมคือ การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ทวินาม โดยเป็นการทำนายความน่าจะเป็นตัวแปรตามของเหตุการณ์ที่จะเกิดกับตัวแปรอิสระ ซึ่ง link function จะอยู่ในรูป S-shaped curve ที่มีค่าต่ำสุดที่ 0 และเมื่อระดับของตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ค่าความน่าจะเป็นของตัวแปรตามจะเพิ่มขึ้นตามเส้น S-curve แต่จะมีค่าไม่เกิน 1 (Hair et al., 2006)

การตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบ (goodness of fit of the model) พิจารณาจากค่าไคกำลังสอง การทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวใช้สถิติทดสอบของวาลด์ (Wald statistic) ซึ่งเป็นการทดสอบโดยกำหนดสมมุติฐานว่าง $H_0 : \beta_i = 0; i = 1, 2, \dots, k$ และสมมุติฐานแย้ง $H_1 : \beta_i \neq 0$ โดยที่ Wald statistics แจกแจงแบบไคกำลังสองที่องศาอิสระเท่ากับ 1

ค่าสัมประสิทธิ์ในสมการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ทวินาม เมื่อนำมา exponentiate ($e^{\beta k}$) สามารถแปลความได้เช่นเดียวกับอัตราส่วนคี่ต่อ (odds ratio) บอกทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

ค่าสถิติเชิงบรรยายของตัวแปรอิสระจำแนกตามความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแสดงในตารางที่ 2 พบว่าผู้ที่ตั้งใจจะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีนักรการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดสูงกว่า (65.44%) มีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิดสูงกว่า (62.06%) มีความคาดหวังว่า ผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะสูงกว่า (53.13%) และเคยไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้าสูงกว่า (98.09%) ทั้งสี่ตัวแปรทดสอบด้วยค่าไคกำลังสองมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ยังพบว่า คนที่ตั้งใจจะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีระดับรายได้และระดับการศึกษาต่ำกว่าแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และมีสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวต่ำกว่าคนที่ตั้งใจจะไม่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ คนที่ตั้งใจจะไปเลือกตั้งมีค่าเฉลี่ยคะแนนความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึงสูงกว่าเมื่อทดสอบด้วย t-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 2. ค่าสถิติเชิงบรรยายของตัวแปรอิสระจำแนกตามความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ตัวแปร	ความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง		t-test or X^2
	ไม่ไป/ไม่แน่	ไป	
เพศชาย	40.00%	51.71%	$X^2_{(1)} = 2.91, N = 1490$
มีนักการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด	40.00%	65.44%	$X^2_{(1)} = 14.95^*, N = 1467$
มีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด	25.93%	62.06%	$X^2_{(1)} = 28.49^*, N = 1493$
ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ	18.18%	53.13%	$X^2_{(1)} = 25.90^*, N = 1495$
ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง	4.65 (3.01)	(2.34) 8.07	$t_{(1489)} = 10.49^*$
การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า	77.78%	98.09%	$X^2_{(1)} = 72.86^*, N = 1460$
ระดับการศึกษา			$X^2_{(2)} = 2.36, N = 1480$
ไม่เคยเรียน/ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า	57.41%	67.18%	
มัธยมศึกษา ปวช. ปวส. หรือเทียบเท่า	31.48%	23.28%	
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	11.11%	9.54%	
ระดับรายได้ของครัวเรือน			$X^2_{(3)} = 2.19, N = 1358$
น้อยกว่า 10,000 บาท	52.38%	59.88%	
10,000 - 30,000 บาท	28.57%	28.34%	
30,000 - 60,000 บาท	11.90%	7.60%	
มากกว่า 60,000 บาท	7.14%	4.18%	
สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว	3.33 (1.12)	2.94 (1.14)	$t_{(1490)} = 2.44^*$

* $p < .05$ ค่าสถิติในตารางคือ ร้อยละ ยกเว้นค่าสถิติที่มีวงเล็บต่อกำกับเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงในตารางที่ 3 ทั้งนี้ ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นตัวแปรทวิภาคและตัวแปรทวิภาคคำนวณจากค่าสัมประสิทธิ์พี ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทวิภาคกับตัวแปรอันดับแรกใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบ point-biserial ทั้งนี้ ตัวแปรจัดอันดับสองตัวแปร (ระดับการศึกษา ระดับรายได้ของครัวเรือน) นั้นจะกำหนดให้เป็นตัวแปรอันดับแรกเพื่อให้ง่ายต่อการสร้างตัวแบบเข้าใจได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ หากพิจารณาจากค่าสัดส่วนจะเห็นว่ามีความเป็นเส้นตรง (linearity) และเป็น monotonic เมื่อระดับการศึกษาและระดับรายได้ สูงขึ้นพบว่า มีสัดส่วนที่ตั้งใจไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งลดลงเป็นลำดับขั้น และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอันดับแรกกับตัวแปรอันดับแรกใช้ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Glass & Hopkins, 1996)

ระดับรายได้ของครัวเรือนกับระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวก ($r = .44$) ดังที่คาดไว้แต่ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวกับระดับรายได้ของครัวเรือนแทบไม่มีความสัมพันธ์กัน ($r = .04$) ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของครัวเรือน สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว และระดับการศึกษากับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีค่าติดลบเล็กน้อย ($r = -.03$ ถึง $-.06$) ในขณะที่ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ การมีนักการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด การมีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง และการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ($r = .13, .10, .14, .26$ และ $.22$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 3. ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยสัมพันธ์กับความตั้งใจไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1) ความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง									
2) เพศ (ชาย)	-.04								
3) ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ	.13	-.09							
4) การมีนักการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด	.10	-.08	.26						
5) การมีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด	.14	-.10	.36	.62					
6) ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง	.26	-.10	.26	.12	.17				
7) การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า	.22	-.03	.08	.02	.06	.10			
8) ระดับการศึกษา	-.03	.02	.00	-.01	-.05	-.01	-.07		
9) ระดับรายได้ของครัวเรือน	-.04	.00	.01	.02	-.02	.03	-.04	.44	
10) สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว	-.06	-.09	-.05	.05	-.02	-.01	-.02	.00	.04

ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกทำนายความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกนำเข้าตัวแปรทั้งหมด (Enter method) แสดงในตารางที่ 4 ตัวแบบที่สร้างขึ้นมีความกลมกลืนพอสมควร $X^2_{(9)} = 92.61, p\text{-value} < .001, -2LL = 221.25, \text{Nagelkerke } R^2 = .32$ มีความแม่นยำในการจำแนกเท่ากับ 97.7% ค่าสถิติทดสอบ Wald แสดงให้เห็นว่าความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว และการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้านั้นเป็นตัวพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยที่สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ในขณะที่การมีนักการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด การมีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครัวเรือนนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4. ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ทำนายความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย (วิธีนำเข้าตัวแปรทั้งหมด)

	β	S.E.(β)	Wald	df	p-value	Odds Ratio	95% CI for Odds Ratio	
							Lower	Upper
ค่าคงที่	.40	1.24	.10	1	.747	1.49		
เพศ (ชาย)	-.24	.40	.36	1	.551	.79	.36	1.73
ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ	1.06	.55	3.70	1	.054	2.89	.98	8.50
การมีนัยการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด	.15	.49	.10	1	.756	1.16	.45	3.03
การมีพรรคการเมืองที่เป็นตัวแทนความคิด	.64	.53	1.47	1	.226	1.89	.67	5.31
ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง	.42	.07	37.42	1	.000	1.52	1.33	1.74
การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า	1.91	.63	9.04	1	.003	6.73	1.94	23.33
ระดับการศึกษา	-.26	.31	.71	1	.399	.77	.43	1.41
ระดับรายได้ของครัวเรือน	-.06	.24	.07	1	.796	.94	.58	1.51
สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว	-.46	.20	5.11	1	.024	.63	.43	.94

$X^2_{(9)} = 92.61, p\text{-value} < .001, -2LL = 221.25, \text{Nagelkerke } R^2 = .32$

ดังนั้นจึงไม่อาจปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยที่ 4 5 และ 8 แต่ปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัยที่ 1-3 และ 6-7

ผลการวิเคราะห์และนำเข้าตัวแปรพยากรณ์ด้วยวิธี Forward conditional แสดงในตารางที่ 5 ตัวแบบมีความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลดี $X^2_{(4)} = 88.00, p\text{-value} < .001, -2LL = 226.13, \text{Nagelkerke } R^2 = .30$ ความแม่นยำในการจำแนก 97.7% ซึ่งแทบจะไม่แตกต่างจากตัวแบบที่ใช้วิธี Enter มีตัวแปรพยากรณ์เพียงสี่ตัวแปรที่เข้ามาในตัวแบบคือ ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง (ทางบวก) สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว (ทางลบ) ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ (ทางบวก) และการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า (ทางบวก) โดยมีอัตราส่วนแถมต่อเท่ากับ 1.52 0.63 3.26 และ 7.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 5. ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ทำนายความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย

	β	S.E.(β)	Wald	df	p-value	Odds Ratio	95% CI for Odds Ratio	
							Lower	Upper
ค่าคงที่	-1.55	.65	5.66	1	.017	0.21		
ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ	1.31	.52	6.27	1	.012	3.73	1.33	10.49
ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง	.42	.06	39.75	1	.000	1.52	1.33	1.73
การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า	2.21	.60	13.64	1	.000	9.18	2.83	29.76
สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัว	-.42	.19	4.784	1	.029	0.65	.44	.95

$X^2_{(4)} = 88.00, p\text{-value} < .001, -2LL = 226.13, \text{Nagelkerke } R^2 = .30$

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

แม้ว่าระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อครัวเรือนจะไม่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งเป็นตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทำให้เห็นแนวโน้มที่ชัดเจนมากกว่าคนมีการศึกษาสูง มีรายได้ดี มีสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวดีนั้นไม่สนใจจะไปออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อประชาชนรู้สึกว่าการออกเสียงเลือกตั้งไม่มั่นคงหรือสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของครอบครัวไม่ดีพอแล้วจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากขึ้น แต่หากรู้สึกว่าการออกเสียงเลือกตั้งไม่มั่นคงไม่ต้องการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ทำให้เห็นถึงปัญหาอันน่าเป็นห่วงยิ่ง กล่าวคือ ทั้ง ๆ ที่การศึกษาควรจะช่วยเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง และทำให้ตระหนักถึงหน้าที่ของพลเมืองที่จะต้องมีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง แต่กลับไม่สนใจการเมืองและไม่ทำหน้าที่พลเมืองในการไปเลือกตั้ง เพราะอาจจะมองว่าการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งไม่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์แก่ตน (Downs, 1957) ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อระบบการปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย ในการแก้ปัญหานี้ต้องเริ่มต้นจากคนที่มีการศึกษา มีรายได้ดี ให้มีจิตสำนึกของความเป็นประชาธิปไตยในการไปทำหน้าที่ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของตนเสียก่อน

ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งต้องรณรงค์ให้กลุ่มคนมีการศึกษาและมีสถานะทางสังคมเศรษฐกิจค่อนข้างดีหรือดีออกมาใช้สิทธิเลือกตั้งให้มากขึ้น โดยเฉพาะคนในสังคมเมืองและในกรุงเทพมหานครซึ่งมีผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งต่ำมากมาตลอดหลายสิบปี การรณรงค์นั้นควรทำในลักษณะของกลุ่มตลาดเป้าหมาย (target market) ที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งช่องทางในการสื่อสารทางการตลาดต้องแตกต่างกัน

สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง ความคาดหวังว่าผู้สมัครที่ตนเลือกจะชนะ และการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนหน้า

แม้ว่า พฤติกรรมการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งในอดีตนั้นเป็นตัวทำนายการออกไปลงคะแนนเลือกตั้งในอนาคตที่ดีที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อคนไทยเริ่มเห็นความสำคัญ โดยการมาลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งหนึ่งแล้ว จะทำให้มีแนวโน้มที่จะมาเลือกตั้งอีกครั้งอย่างแน่นอน ดังนั้น จึงสามารถเริ่มได้จากการเพิ่มความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึง และการเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (first time voters) เป็นผู้ที่มีความสำคัญมาก หากไปใช้สิทธิเลือกตั้งครั้งแรกแล้วย่อมจะมีแนวโน้มที่จะไปใช้สิทธิเลือกตั้งครั้งต่อไปในอนาคต ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรรณรงค์ให้คนหนุ่มสาวที่เป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกเกิดความตื่นตัวและตื่นรู้ทางการเมืองและไปใช้สิทธิเลือกตั้งให้มากที่สุด อันจะช่วยทำให้พยากรณ์ได้ว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกเหล่านี้มีแนวโน้มจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งครั้งต่อไป

ความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึงนั้นสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพราะคนเราจะทำให้สิ่งที่เราสนใจและสนุกที่จะทำ (Csikszentmihalyi, 1996) ผลการวิจัยในอดีตพบว่าความสนใจทางการเมือง เช่น การพูดเกี่ยวกับการเมืองมีส่วนให้ประชาชนออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากขึ้น (Bimber et al., 2014)

ดังนั้น หากสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งจะรณรงค์ให้ประชาชนออกไปเลือกตั้งให้เพิ่มมากขึ้นต้องมีกระบวนการระดับความสนใจในการเลือกตั้งที่จะมาถึงหรือพัฒนาความสนใจทางการเมืองให้กับประชาชนก่อนล่วงหน้าการเลือกตั้งเป็นระยะเวลายาวนาน ไม่ใช่แค่รณรงค์ในช่วงใกล้เลือกตั้ง เพราะการยกระดับความสนใจในการเลือกตั้งต้องใช้เวลาและต้องพัฒนาต่อยอดจากความสนใจ ต้องพัฒนาให้ประชาชนมีความใส่ใจต่อบ้านเมือง ซึ่งอาจจะทำผ่านระบบการศึกษา ต้องเน้นความสำคัญของหน้าที่พลเมืองให้เข้มข้นมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญที่สุดคือ ทำให้ประชาชนเห็นอรรถประโยชน์จากการไปเลือกตั้งว่าจะส่งผลอย่างไรต่อตนเอง หรือสร้างกระแสในสื่อออนไลน์หรือกระแสสังคมให้เกิดการพูดเกี่ยวกับการเมืองและการเลือกตั้งให้มากขึ้น เช่น ใช้การตลาดแบบไวรัล มาช่วยในการรณรงค์ให้คนออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งให้มากยิ่งขึ้น

ในส่วนของนักการเมืองและพรรคการเมืองนั้น การทำให้ประชาชนรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ประชาชนจะเลือกมีโอกาสและมั่นใจว่าจะชนะแล้วจะทำให้ประชาชนออกไปเลือกตั้งมากขึ้นและเป็นการเพิ่มโอกาสในการได้รับชัยชนะของนักการเมืองคนนั้นหรือพรรคการเมืองพรรคนั้นเอง อันเป็นไปตามทฤษฎีการกระทำตามแผน (Ajzen, 2012) และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Bandura, 1986) พรรคการเมืองและนักการเมืองจึงไม่ใช่เพียงแค่ทำหน้าที่ขายนโยบายสาธารณะหรือหาเสียงให้ประชาชนชื่นชอบเท่านั้น แต่ต้องทำให้ประชาชนเชื่อมั่นว่าตนเองจะชนะการเลือกตั้ง และก่อนอื่นต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองว่าจะชนะการเลือกตั้งด้วย ซึ่งความมั่นใจดังกล่าวเป็นลักษณะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้นำ หรือการเป็นตัวแทนของประชาชนแบบไทย ๆ ที่ต้องการลงคะแนนเสียงให้นักการเมืองหรือพรรคการเมืองที่ตนเองคิดว่าเมื่อลงคะแนนเสียงให้แล้วจะชนะการเลือกตั้ง ไม่เป็นการสูญเสียเวลาที่ได้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งไป การรณรงค์หาเสียงของนักการเมืองต้องเน้นไปที่โอกาสที่ตนจะได้รับชัยชนะและสร้างกระแสว่าเลือกคู่แข่งที่โอกาสจะชนะมีน้อยไปก็จะเป็นการเสียของไปโดยเปล่าประโยชน์ อาจจะอ้างอิงฐานเสียงเดิมหรือผลการสำรวจความคิดเห็นให้ประชาชนมั่นใจว่าหากเลือกตนเองแล้วจะได้รับชัยชนะ ก็น่าจะทำให้ประชาชนออกมาใช้สิทธิเลือกตั้งมากขึ้น

การวิจัยในอนาคต ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาการเมืองโดยตรงมากขึ้น เช่น ความเป็นเสรีนิยม-อนุรักษนิยม เจตคติที่มีต่อการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตยหรือต่อการปกครองในระบบเผด็จการทหาร และสิ่งที่น่าสนใจจะศึกษาต่อไปในอนาคต เนื่องจากในต่างประเทศพบว่า มีผลต่อความตั้งใจที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งค่อนข้างมากคือ พฤติกรรมการเข้าถึงสื่อดิจิทัลหรือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการศึกษาในแนวทางนี้น่าจะได้มีการศึกษาอีกครั้งก่อนการเลือกตั้งที่กำลังจะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิด และพรรคการเมืองวางแผนการรณรงค์การเลือกตั้งให้ดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

References

- Abdullah, A., Doucouliagos, H., & Manning, E. (2015). Does education reduce income inequality? A meta-regression analysis. *Journal of Economic Surveys*, 29(2), 301-316.
- Agresti, A. (2002). *Categorical Data Analysis*. Hoboken, NJ: John-Wiley.
- Ajzen, I. (1985). From intention to actions: A theory of planned behavior. In Kuhl, I. J., & Bechmann, J. (Eds.). *Action Control: From Cognitions to Behavior*. New York: Springer-Verlag.
- _____. (1988). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Chicago: Dorsey Press.
- _____. (1991). The theory of planned behavior. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- _____. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 3-9.
- _____. (2002). Residual effects of past on later behavior: Habituation and reasoned action perspectives. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107-122.
- _____. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd ed. Maidenhead, UK: Open University Press.
- _____. (2012). The theory of planned behavior. In Lange, I. P. A. M., Kruglanski, A. W., & Higgins, E. T. (Eds.). *Handbook of Theories of Social Psychology*. London: Sage.
- Albarracin, D., & Wyer, R. S. J. (2000). The cognitive impact of past behavior: Influences on beliefs, attitudes, and future behavioral decisions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 5-22.
- Alesina, A., Londregan, J., & Rosenthal, H. (1993). A model of the political economy of the United States. *American Political Science Review*, 87, 12-33.
- Altman, D. G. (1991). *Practical Statistics for Medical Research*. London: Chapman & Hall.
- Andersen, E. B. (1970). Asymptotic properties of conditional maximum likelihood estimators. *Journal of the Royal Statistical Society B*, 32, 283-301.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy theory: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.

- Bandura, A. (1978). Reflections on self-efficacy. *Advances in Behavior Research and Therapy, 1*, 237-269.
- _____. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist, 37*(2), 122-147.
- _____. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- _____. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*, 248-287.
- _____. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Bentler, P. M., & Speckart, G. (1981). Attitudes 'cause' behaviors: a structural equation analysis. *Journal of Personality and Social Psychology, 40*, 226-238.
- Bern, D. J., & McConnell, H. K. (1970). Testing the self-perception explanation of dissonance phenomena: On the salience of premanipulation attitudes. *Journal of Personality & Social Psychology, 14*, 23-31.
- Bevelander, P., & Pendakur, R. (2009). Social capital and voting participation of immigrants and minorities in Canada. *Ethnic & Racial Studies, 32*(8), 1406-1430.
- Bimber, B., Cunill, M. C., Copeland, L., & Gibson, R. (2014). Digital media and political participation: The moderating role of political interest across acts and over time. *Social Science Computer Review, 33*(1), 21-42.
- Bishop, Y. M. M., Fienberg, S. E., & Holland, P. W. (1974). *Discrete Multivariate Analysis*. New York: Springer.
- Blais, A. (2000). *To Vote or Not to Vote?: The Merits and Limits of Rational Choice Theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Chapman, R. G., & Palda, K. S. (1983). Electoral turnout in rational voting and consumption perspectives. *Journal of Consumer Research, 9*(4), 337-346.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity, Flow and The Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Collins.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.

- Durden, G. C., & Gaynor, P. (1987). The rational behavior theory of voting participation: Evidence from the 1970 and 1982 elections. *Public Choice*, 53(3), 231-242.
- Erikson, R. S., & Tedin, K. L. (2003). *American Public Opinion*. 6th ed. New York: Longman.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Festinger, L., & Carlsmith, J. M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58(2), 203.
- Fiorina, M. (1978). Economic retrospective voting in American national elections: A micro-analysis. *Am. J. Polit. Sci.*, 22, 426-443.
- _____. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, CT: Yale Univ. Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Friedman, C., & Rizzolo, M. C. (2017). Correlates of voting participation of people with intellectual and developmental disabilities. *Journal of Social Work in Disability and Rehabilitation*, 16(3-4), 347-360.
- Glass, G. V., & Hopkins, K. D. (1996). *Statistical Methods in Education and Psychology*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Hair, J. F., Black, W. C., Rubin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009). Social identity, health and well-being: An emerging agenda for applied psychology. *Applied Psychology-An International Review-Psychologie Appliquee-Revue Internationale*, 58(1), 1-23.
- Janis, I. L., & King, B. T. (1954). The influence of role playing on opinion change. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49(2), 211-218.
- Jeong, H. O., & Chung, S. Y. (2012). Voting participation and attitudes toward the European Union. *European Societies*, 14(3), 441-462.
- Juangthong, S. (B.E.2553). *Kwamru Kwam Kaochai Lae Kwamkithen Kong Prachachon Kwaewkub Khan Luaek Tung Samachik Sapa Putaen Ratsadon Nai Chungwat Songkla*. Songkla: Songkhla Rajabhat University.

- Key, V. (1966). *The Responsible Electorate*. New York: Vintage.
- Koch, L. A. (2007). *As the World Turns Out: Economic Growth and Voter Turnout from a Global Perspective*. Electronic Thesis or Dissertation. Retrieved from <https://etd.ohiolink.edu/>
- Laothamatas, A. (B.E.2549). *Taksina-Prachaniyom: Kwammai Punha Lai Tang-Oak*. Bangkok: Matichon.
- _____. (B.E.2556). *Song Nakara Prachatippatai: Naewtang Pratiroob Khan Muang Settakit Pue Prachatippatai*. Bangkok: Kobpai.
- Liu, B., Austin, S. D. W., & Orey, B. D. A. (2009). Church attendance, social capital, and black voting participation. *Social Science Quarterly*, 90(3), 576-592.
- Lubbe, D. (2018). Parallel analysis with categorical variables: Impact of category probability proportions on dimensionality assessment accuracy. *Psychological Methods*, 18, 3-13.
- Maddux, J., Sherer, M., & Rogers, R. (1982). Self-efficacy expectancy and outcome expectancy. *Cognitive Therapy and Research*, 6, 207-211.
- Manor, O., Matthews, S., & Power, C. (2000). Dichotomous or categorical response? Analysing self-rated health and lifetime social class. *International Journal of Epidemiology*, 29, 149-157.
- Office of The Election Commission of Thailand. (B.E.2556). *Chumnuan Lae Royra Pu Ma Chai Sit Luaek Tung Pee B.E.2476-2554*. Retrieved September 3, B.E.2558 from http://social.nesdb.go.th/SocialStat/StatReport_Final.aspx?reportid=589&template=2R1C&yeartype=M&subcatid=26.
- National Statistical Office. (B.E.2555). *Rai Ngang Satiti Rai Pee Pratet Thai 2555*.
- Ones, D. S., & Viswesvaran, C. (1998). The effects of social desirability and faking on personality and integrity assessment for personnel selection. *Human Performance*, 11, 245-269.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124(1), 54-74

- Pankwaew, A. (B.E.2556a). *Luaek Pro Chob: Pruetikwam Khan Luaek Tang Kong Khon Thai Nai Khan Luaek Tang Samachik Sapa Putaen Ratsadon Tuepai Nai Pee B.E.2550*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- _____. (B.E.2556b). *Huana Puk Lae Puk Khan Muang: Hat Khong Khan Long Kanan Seang Nai Khan Luang Tang B.E.2550*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute
- Paulhus, D. L., & Reid, D. B. (1991). Enhancement and denial in socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60*, 307-317.
- Rosenstone, S. J. (1982). Economic adversity and voter turnout. *American Journal of Political Science*, *26*, 25-46.
- Rotgans, J. I. (2015). Validation study of a general subject-matter interest measure: The Individual Interest Questionnaire (IIQ). *Medical and Health Science Education*, *1*(1), 57-65.
- Samutwanit, C. (B.E.2517). *Udomkhan Tang Kanmuang*. Bangkok: Kretthai.
- Schmitt, N., Oswald, W., Kim, B. H., Gillespie, M. A., Ramsay, L. J., & Yoo, T. (2003). Impact of elaboration on socially desirable responding and the validity of biodata measures. *Journal of Applied Psychology*, *88*, 979-988.
- Sniderman, P. M., Brody, R. A., & Tetlock, P. (1991). *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Triandis, H. C. (1977). *Interpersonal Behavior*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Wantana, S. (B.E.2544). *Udomkhan Tang Khanmuang Rumsamai*. Bangkok: Uksorn Kaowsue.
- Wicklund, R. A., & Brehm, J. W. (1976). *Perspectives on Cognitive Dissonance*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Wolfinger, R. E., & Rosenstone, S. J. (1980). *Who Votes?* Haven, CT: Yale University Press.