

จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของ "นายัชชชาติ สิทธิพันธุ์"

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565



.....
.....
นางสาวณัฐวรรณ เขียววิจิตร
ผู้วิจัย

.....
.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
.....
รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
.....
รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
.....
สุดาทิพย์ พงษ์ศรี

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีได้เพราะความกรุณาของ ผศ.ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ท่านให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ ให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของ การศึกษา และกำกับดูแลขั้นตอนการศึกษาให้สำเร็จทันตามกำหนดเวลา รวมทั้งช่วยพิจารณาแบบสอบถาม ทั้งด้านความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอกราบของพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของผู้วิจัย ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจและเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องนี้ เพิ่มเติมต่อไปในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

ณัฐวรัญชน์ เขียววิจิตร

จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

POLITICAL PSYCHOLOGY AND BRAND IMAGE OF CHADCHART SITTIPUNT

ณัฐวรัญชน์ เขียววิจิตร 6450004

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์
วินัย วงศ์สุรวัดน์, Ph.D., สุดาทิพย์ พึ่งรัมย์, Ph.D.

บทคัดย่อ

จากปรากฏการณ์การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้รับ
คะแนนเสียงจากประชาชนอย่างล้นหลามนั้น สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองทางการเมืองที่สำคัญของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจและทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด เพื่อสร้างความ
นิยมทางการเมือง (การตลาดการเมือง) ที่มีอิทธิพลต่อประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยเลือกศึกษาถึงกรณีของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ซึ่งมีการนำการตลาดมาประยุกต์ใช้ทางการเมืองได้อย่าง
โดดเด่น โดยมีตัวแปรทางจิตวิทยาที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน แนวคิดอุดมคติ
นิยม แนวคิดสัมพัทธนิยม และตัวแปรทางการตลาดคือตัวแปรภาพลักษณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าภาพลักษณ์ส่งผลต่อการเลือกตั้งมากที่สุด รองลงมาคือ
แนวคิดสัมพัทธนิยม ดังนั้นนักการเมืองควรจะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะ
ภาพลักษณ์ของนักบริหาร เพื่อลบภาพลักษณ์ข้าราชการในรูปแบบเดิมๆ ต้องแสดงความสามารถในการ
ทำงานด้านการบริหาร มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีทักษะในการสื่อสาร แสดงให้เห็นถึงการทุ่มเททำงานอย่าง
หนักเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน ส่วนแนวคิดสัมพัทธนิยม เป็นแนวคิดที่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลา หรือ
บริบท ณ ตอนนั้น ในทางกลยุทธ์ นักการเมืองที่ต้องการคะแนนนิยมมากๆ ก็ต้องใช้วิธีทางการตลาดที่
เรียกว่า Customer Centric คือสื่อสารหรือทำในสิ่งที่ประชาชนต้องการ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นคนที่
เหมาะสมกับตำแหน่ง เหมาะสมสถานการณ์ของบ้านเมืองในช่วงเวลานี้

คำสำคัญ : การเลือกตั้ง/ ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง/ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก/ การตลาดการเมือง

107 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	10
1.3 คำถามในงานวิจัย	11
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	11
1.6 คำศัพท์เฉพาะ	12
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	14
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)	14
2.1.1 ลักษณะสำคัญของบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน	14
2.2 แนวคิดอุดมคตินิยม (Idealism) และสัมพัทธนิยม (Relativism)	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Brand Image)	19
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.5 กรอบงานวิจัย	23
2.6 สมมติฐานงานวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	25
3.1 การออกแบบงานวิจัย	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 การพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้สำหรับการวิจัย	27
3.4 กระบวนการวิจัย	28
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	29
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)	29
3.6.2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)	30
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ที่มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	34
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการเมือง	45
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T- Test เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ	48
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T- Test เกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ	51
4.7 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้วยวิธี Oneway ANOVA โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	52
4.8 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้วยวิธี Oneway ANOVA โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	67
4.9.1 การวิเคราะห์หาอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้าน บุคลิกภาพแมคกีเวลเลียน และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลต่อการ เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	67
4.9.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	68
4.10 สรุปสมมติฐานงานวิจัย	72
บทที่ 5 อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	74
5.1 สรุปผลการวิจัย	74
5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	84
5.1.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคกีเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง	75
5.1.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านปัจจัยภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิ พันธุ์	76
5.1.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร	77
5.1.5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง	77
5.1.6 พฤติกรรมการเลือกพรรคการเมือง และนักการเมืองที่เหมาะสมกับตำแหน่ง นายกรัฐมนตรี	77
5.1.7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	78
5.1.8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	78

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	78
5.1.10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอาชีพที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	79
5.1.11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	79
5.1.12 ผลการทดสอบสมมติฐาน	79
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	80
5.2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง	80
5.2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านอุดมคตินิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	81
5.2.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	82
5.2.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	82
5.2.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ที่มีผลต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน	83
5.2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์	84
5.2.7 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	85

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	85
5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของนักรการเมือง	85
5.3.2 กลยุทธ์การสื่อสารของนักรการเมืองหรือพรรคการเมืองตามหลักจิตวิทยา แนวคิดสัมพัทธนิยม	86
5.3.3 กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์หรือนโยบายทางการเมือง	87
5.3.4 กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของนักรการเมืองอย่างมีจริยธรรม	88
5.3.5 ข้อเสนอแนะสำหรับนักรการเมืองหรือพรรคการเมือง	88
5.3.6 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง	89
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป	89
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	95
ประวัติผู้วิจัย	107

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละตัวแปร	30
4.2 ตารางค่าความสอดคล้องของคำถามของค่าอัลฟา (α) ในแต่ละระดับ	31
4.3 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
4.4 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	32
4.5 ความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	33
4.6 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	33
4.7 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	34
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์	35
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม	35
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม	37
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน	38
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	40
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	41
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	42
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรรษา มีเสน่ห์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความด้านความอดทน ของนาย ชัชชาติ สิทธิพันธุ์	43
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	44
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักการเมือง	45
4.19 ความถี่และค่าร้อยละในเลือกนักการเมืองจากพรรคการเมือง	45
4.20 ความถี่และค่าร้อยละในเลือกนักการเมืองที่เหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี	46
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับนโยบายทางการเมือง	47
4.22 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ	48
4.23 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามเพศ	48
4.24 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามเพศ	49
4.25 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามเพศ	49
4.26 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามเพศ	50
4.27 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความอดทน (Ruggedness) โดยจำแนกตามเพศ	50
4.28 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ	51
4.29 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงบวก และพูดถึงนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี โดยจำแนกตามเพศ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	52
4.31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	53
4.32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	53
4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	54
4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	55
4.35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	56
4.36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	56
4.37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	58
4.39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	60
4.40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	61
4.41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	61
4.42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	63
4.43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความอดทน (Ruggedness) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	64
4.44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน (Ruggedness) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้าน ความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	66
4.46 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	67
4.47 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิ์ เลือกตั้ง	70
4.48 สรุปผลวิเคราะห์ ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และ ภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	72

สารบัญรูปรภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 แสดงจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี 2565	2
1.2 หมายเลขผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี 2565	3
1.3 ภาพผลคะแนนเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี 2516 - 2565	4
1.4 ซ้าย รศ. นายแพทย์ ฉันทชาย สิทธิพันธุ์, รศ.ดร. ปรีชญา สิทธิพันธุ์ และนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ 5	
1.5 นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่วัดบูรพาราม จังหวัดสุรินทร์	6
1.6 รถหาเสียงพลังงานไฟฟ้า EV	7
1.7 เว็บไซต์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	9
2.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	23

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

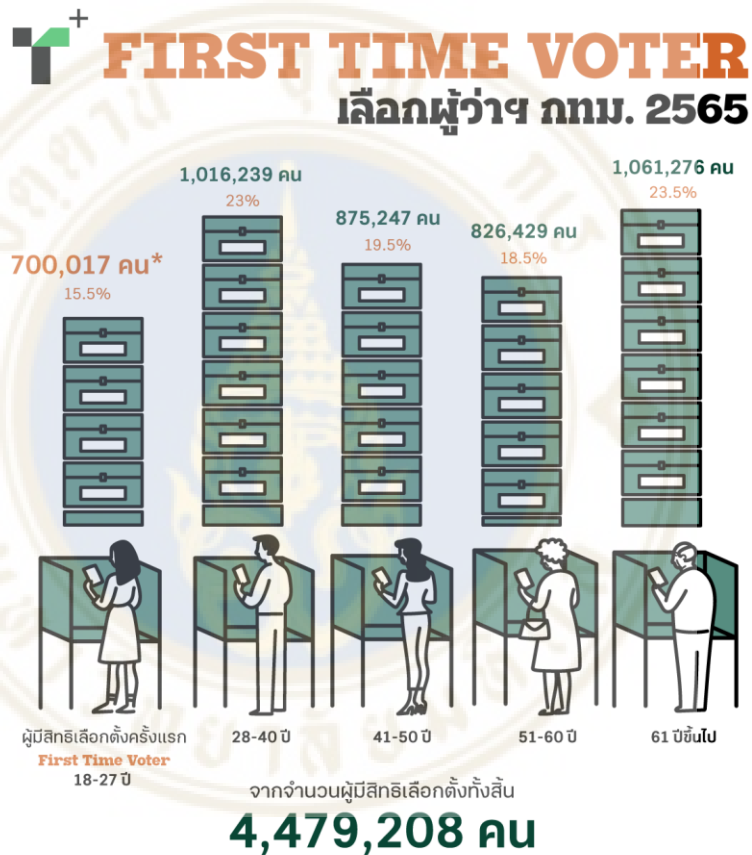
สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยในปัจจุบันนั้นยังอยู่ในกระแสที่ประชาชนทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มักมีเหตุการณ์ทางการเมืองที่สำคัญๆ อยู่บ่อยครั้ง นับได้ว่าพื้นที่ของกรุงเทพมหานครนั้นเป็นศูนย์กลางทางการเมืองของประเทศไทย

จากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศไทยที่เกิดขึ้นหลายยุคหลายสมัย จนนำไปสู่การยึดอำนาจการบริหารราชการแผ่นดินของคณะรักษาความสงบแห่งชาติในปัจจุบัน นำโดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ซึ่งได้มีคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 64/2559 ลงวันที่ 18 ตุลาคม 2559 แต่งตั้งพลตำรวจเอก อัครวิน ขวัญเมือง เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนปัจจุบันแทนหม่อมราชวงศ์ สุขุมพันธุ์ บริพัตร โดยกำหนดให้ดำรงตำแหน่งแทนจนกว่าจะมีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือมีคำสั่งเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่น (มติชนออนไลน์, 2561)

ภายหลังการยึดอำนาจและแต่งตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนใหม่คือพลตำรวจเอก อัครวิน ขวัญเมือง นับเป็นเวลากว่า 9 ปี ที่ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครจะได้มีโอกาสเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอีกครั้ง โดยจากประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) พิจารณาข้อเสนอกระทรวงมหาดไทย โดยเห็นสมควรให้มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในวันที่ 22 พฤษภาคม 2565 นับเป็นการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนที่ 17 ของประเทศไทย

การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ประชาชนชาวกรุงเทพมหานครได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยข้อมูลจากไทยรัฐพลัส (2564) เปิดเผยข้อมูลสถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร จากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย ระบุว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้ง อายุ 18 - 61 ปีขึ้นไปมีจำนวน 4,479,208 คน แบ่งเป็นดังนี้ อายุ 18-27 ปี (First Time Voter) จำนวน 700,017 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15.5 อายุ 28-40 ปี จำนวน 1,016,239 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23

อายุ 41-50 ปี จำนวน 875,247 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุ 51-60 ปี จำนวน 826,429 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 18.5 และอายุ 61 ปีขึ้นไป 1,061,276 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23.5 ซึ่งจากรายงานตัวเลขดังกล่าวพบว่าสิ่งที่น่าสนใจคือจากการเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครครั้งสุดท้ายเมื่อปี 2556 มาจนถึงปี 2565 มีผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก หรือ First Time Voter ที่มีอายุ 18-27 ปี สะสมเป็นจำนวนมาก และกลุ่มคน Gen Y ที่มีอายุ 28 - 40 ปี นั้นเป็นกลุ่มประชากรที่เป็นคนรุ่นใหม่จึงเป็นที่น่าสนใจว่าเสียงจากคนรุ่นใหม่จะมีผลในการกำหนดทิศทางของผลการเลือกตั้งหรือไม่



ที่มา: สำนักบริหารการทะเบียน
กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย /
stat.bora.dopa.go.th

*หมายเหตุ: ในนี้ยังไม่รวมประชากรเพศชายหญิงอายุ 17 ปีในบัญชี
จำนวน 61,328 คน หากกำหนดวันเลือกตั้งแน่นอนในช่วงกลางปีหน้า
จะทราบจำนวน First Time Voter ที่ชัดเจนมากขึ้น

ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี 2565

ที่มา : <https://plus.thairath.co.th/topic/speak/100833>

ไม่เพียงแต่จำนวนตัวเลขของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่น่าสนใจเท่านั้น จำนวนผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2565 ยังมีจำนวนมากถึง 31 คน โดยผู้สมัครเลือกตั้งล้วนพยายามหาเสียงไปที่กลุ่มเป้าหมายที่เชื่อว่าจะลงคะแนนให้ในการเลือกตั้งในครั้งนี้



ภาพที่ 1.2 หมายเลขผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี 2565
ที่มา : <https://workpointtoday.com/bangkok2022-31number/>

สำหรับการเลือกตั้งนั้นทางคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ได้เปิดโอกาสให้ผู้สมัครได้แสวงหาความนิยมทางการเมืองผ่านการกิจกรรม ผู้สมัครต้องแข่งขันในการแสวงหาความนิยมทางการเมือง โดยมีเป้าประสงค์เพื่อรักษาฐานเสียงหรือความนิยม ขยายแนวร่วม เปลี่ยนทัศนคติของประชาชน ทั้งผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หรือยังไม่มีสิทธิเลือกตั้ง เช่น จากความเกลียดชังมาเป็นเฉยๆ จากทัศนคติเฉยๆ มาสนใจ จากสนใจมาเข้าร่วม การตลาดการเมืองจึงทำหน้าที่โน้มน้าว เปลี่ยนมุมมอง ลดอคติ เปลี่ยนใจให้เขามาสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง และในที่สุดเป็นทั้งฐานมวลชนและฐานเสียง โดยในการศึกษาการตลาดการเมืองไทยยังเป็นเรื่องใหม่

ในยุคการเมืองสมัยใหม่ นักการเมืองที่มีความโดดเด่นในการใช้การตลาดทางการเมือง (Political Marketing) และประสบความสำเร็จในการเลือกตั้งมากที่สุดคนหนึ่งคือ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร

หัวหน้าพรรคไทยรักไทย จากงานวิจัยของ ปานหทัย ตันติเตชา (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การตลาดการเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคไทยรักไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าในการเลือกตั้ง ส.ส. ในวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2544 พรรคไทยรักไทยมีกลยุทธ์ในการสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์พรรคที่ทันสมัยและนำการตลาดทางการเมืองมาใช้ โดยแผนรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ประสบความสำเร็จอย่างมากมาจากการใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication: IMC) ร่วมกับกระบวนการสื่อสารทางการเมืองในการเลือกตั้งครั้งนั้น อีกรายหนึ่งคือ นายชนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ ซึ่งนับเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ เข้ามาเป็นที่รู้จักของสังคมและเป็นดาวเด่นทางการเมืองในช่วงระยะเวลาเพียงแค่ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2561-2563) แต่มีวงจรชีวิตทางการเมืองสั้นที่สุดคนหนึ่งในประวัติศาสตร์การเมืองไทย นับตั้งแต่การก้าวเข้าสู่การเมืองจนกระทั่งถูกศาลรัฐธรรมนูญตัดสินสิทธิสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ต่อเนื่องไปจนถึงการถูกตัดสิทธิทางการเมือง 10 ปี กรณีพรรคอนาคตใหม่ถูกยุบเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ในเวลาต่อมา

การเลือกตั้งในวันที่ 22 พฤษภาคม 2565 ได้สร้างประวัติศาสตร์ครั้งใหม่ในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งมากถึง 2,635,283 คน คิดเป็นร้อยละ 60.48 ซึ่งผลการนับคะแนนผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปรากฏว่าผู้สมัครหมายเลข 8 นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สังกัดอิสระ ได้รับคะแนนเสียงเลือกตั้งมากที่สุดคือ 1,386,215 คะแนน นับว่านายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่มีคะแนนสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ จากทีม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร เคยทำได้ในปี 2556 คือ 1,256,349 คะแนน นายสมัคร สุนทรเวช เคยทำได้ 1,016,095 คะแนน และสมัยที่ 2 ของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ที่ทำได้ 991,018 คะแนน (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)



ภาพที่ 1.3 ภาพผลคะแนนเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ปี 2516 - 2565

ที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1005807>

นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เกิดเมื่อ 24 พฤษภาคม 2509 อายุ 56 ปี เป็นบุตรชายของ พลตำรวจเอก เสน่ห์ สิทธิพันธุ์ ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการตำรวจนครบาล สมรสกับนางจิตต์จรัส สิทธิพันธุ์ (กุลละวณิชย์) และมีพี่น้องร่วมบิดา-มารดา 2 คน คือ รศ.ดร. ปรีชญา สิทธิพันธุ์ อดีตอาจารย์ประจำภาควิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมีพี่ชายฝาแฝด คือ รศ. นายแพทย์ ฉันทชาย สิทธิพันธุ์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งคณบดีคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเป็นผู้อำนวยการโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โดยมีคู่สมรสคือ นางปิยดา (อัสวฤทธิภูมิ) อดีตพนักงานการบินไทย และมีบุตรชาย 1 คน คือ นายแสนปิติ สิทธิพันธุ์



ภาพที่ 1.4 ซ้าย รศ. นายแพทย์ ฉันทชาย สิทธิพันธุ์, รศ.ดร. ปรีชญา สิทธิพันธุ์ และนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่มา : <https://www.facebook.com/chadchartofficial>

ในด้านของประวัติทางการศึกษา นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้จบการศึกษาระดับมัธยมที่ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และที่โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา โดยได้รับเกียรตินิยมอันดับ 1 จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จบการศึกษาระดับปริญญาโทคณะวิศวกรรมศาสตร์ ในสาขาวิศวกรรมโครงสร้างจากสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา และจบการศึกษาระดับปริญญาเอก คณะวิศวกรรมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยฮิลลินอยส์ เออร์แบนา-แชมเปญจน์ สหรัฐอเมริกา

นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เคยทำงานเป็นวิศวกร โครงสร้างอยู่ในบริษัทเอกชน ในปี 2538 ได้รับราชการเป็นอาจารย์ประจำในคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับแต่งตั้งตำแหน่งทางวิชาการให้เป็นรองศาสตราจารย์ ได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายจัดการทรัพย์สิน ปี 2548 - 2555 นอกจากนั้นยังเคยดำรงตำแหน่งกรรมการในรัฐวิสาหกิจหลายแห่ง อาทิ บริษัทขนส่ง จำกัด การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย และบริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัดและในปี 2551 - เดือน มกราคม 2555 เป็นกรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและ

พิจารณาค่าตอบแทน บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ในฐานะนักวิชาการนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้รับโอกาสเข้ามาช่วยงานและเป็นทีที่ปรึกษาให้กับกระทรวงคมนาคมในสมัยรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร และสมัยรัฐบาลนายสมัคร สุนทรเวช โดยที่ไม่ได้มีตำแหน่งทางการเมืองใดๆ จนกระทั่งเมื่อปี 2555 สมัยนายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้มอบหมายให้นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม ในเดือนมกราคม 2555 ต่อมาได้รับแต่งตั้งขึ้นเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ในเดือนตุลาคม 2555 (ประชาชาติ, 2565)

สำหรับในโลกออนไลน์ความนิยมของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้เริ่มขึ้นมาจากรูปภาพหนึ่งที่ได้เข้าไปทำบุญใส่บาตรภายในวัดบูรพาราม จังหวัดสุรินทร์ โดยมีลักษณะสวมเสื้อแขนกุด หิ้วถุงอาหาร และเดินด้วยเท้าเปล่า หลังจากภาพนี้เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต มีผู้คนตัดต่อภาพ รวมถึงเลียนแบบท่าทางในรูปดังกล่าวเป็นจำนวนมาก โดยได้รับการกล่าวขานนามว่าเป็น "ผู้ที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี"



ภาพที่ 1.5 นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่วัดบูรพาราม จังหวัดสุรินทร์
ที่มา : <https://www.springnews.co.th/news/824945>

เมื่อปี 2562 นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้ประกาศลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในนามอิสระ โดยเน้นนโยบายด้านคน ระบบเส้นเลือดฝอย สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ โดยมีนโยบายสำคัญ เช่น การพัฒนาระบบขนส่งมวลชน การสร้างกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองแห่งศิลปะและการเรียนรู้ และเรียกว่าได้รับคะแนนแบบมากมายจนเป็นเอกฉันท์ เป็นกลายมาเป็นผู้ว่ากรุงเทพมหานคร คนที่ 17 ในที่สุด

การหาเสียงของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ นับว่ามีความโดดเด่นในการใช้การตลาดทางการเมือง (Political Marketing) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สมัครรายอื่นๆ โดยได้เน้นวิธีการหาเสียงแบบรักเมือง โดยผ่านกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ได้ออกมาแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นป้ายหาเสียง, และสื่อ

ต่างๆที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งหลากหลายกลุ่มอายุ โดยแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ดังนี้

1. ลดขนาดและจำนวนป้ายหาเสียง (Reduce) โดยมองว่าป้ายหาเสียงยังมีความจำเป็นต่อผู้คนที่ไม่ได้เล่นโซเชียลมีเดีย จึงใช้ให้น้อยที่สุดด้วยการลดขนาดลง ซึ่งปกติแล้วป้ายหาเสียงส่วนใหญ่จะมีขนาดใหญ่ จึงปรับให้เล็กลงไม่กีดขวางทางเดินเท้า โดยวางแผนใช้ป้ายหาเสียงน้อยกว่า 50% ของกฎหมายที่อนุญาตให้ผู้สมัครทำได้

2. การหมุนเวียน (Recycle) จากป้ายไว้นิลหาเสียง ที่ได้ทำแพทเทิร์นไว้พร้อมที่จะตัดและเย็บกระเป๋าและผ้ากันเปื้อนไว้ใช้ต่อ เพื่อลดการเกิดขยะในอนาคต

3. การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) ในการออกแบบแผ่นพับในรูปแบบหนังสือพิมพ์ โดยได้เขียนวิธีการนำไปใช้ประโยชน์ต่อ เช่น เช็ดกระจก เช็ดจับความมันของเตาทำอาหาร ก่อนที่จะนำไปทิ้งเป็นต้น

4. การลดก๊าซเรือนกระจก และลด PM2.5 ผ่านรถหาเสียงพลังงานไฟฟ้า EV โดยได้ใช้รถพลังงานไฟฟ้าจำนวน 23 คัน ทั้งรถไฟฟ้า รถตุ๊กตุ๊กไฟฟ้า และมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า รถกระบะไฟฟ้า และรถยนต์ไฟฟ้าอื่นๆ อีกหลายคัน เพื่อให้การหาเสียงครั้งนี้ก่อมลพิษน้อยที่สุด



ภาพที่ 1.6 รถหาเสียงพลังงานไฟฟ้า EV

ที่มา : <https://www.springnews.co.th/spring-life/825008>

นอกจากความสร้างสรรค์ในเรื่องของแนวคิดในการสร้างคะแนนนิยมของนายรัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่ได้เชื่อมโยงกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมแล้วยังมีการเลือกใช้สีเขียวในการทำการสื่อสาร ซึ่งเป็นสีที่สอดคล้องไปกับนโยบายเมืองน่าอยู่สำหรับทุกคน มีการใช้สื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดีย ในการสื่อสารกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเห็นได้จาก

การทำกาสรือสารบนโลกออนไลน์ที่ได้รับการตอบรับจากคนรุ่นใหม่เป็นอย่างดี โดยใช้สื่อเว็บไซต์ www.chadchart.com ในการนำเสนอนโยบาย “กรุงเทพฯ 9 ดี” หรือนโยบาย 9 มิติ ด้วยข้อมูลที่ครบครัน มีรายละเอียดนโยบายให้อ่านเพิ่มเติม และออกแบบกราฟฟิกที่เข้าใจง่าย โดยได้มีการศึกษาดัชนีชี้วัดเมืองน่าอยู่ (The Global Liveability Index) ของ Economist Intelligence Unit (EIU) เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการจัดกลุ่มนโยบาย และดัดแปลงให้ครอบคลุม โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 214 นโยบาย และจัดได้เป็น 9 กลุ่ม ดังนี้

1. ปลอดภัยดี

มุ่งเน้นการสร้างแผนทีจุดเสี่ยงด้านอาชญากรรม จราจร และสาธารณภัย รู้ก่อนป้องกันได้ ไหวตัวทัน มีการจัดตั้งศูนย์สั่งการ เพื่อความชัดเจน คล่องตัว ในการรับมือกับสาธารณภัย โดยเน้นให้ทุกโครงสร้างพื้นฐานในกรุงเทพฯ พร้อมใช้ และเข้าถึงได้สะดวก เป็นต้น

2. เดินทางดี

มีการนำระบบจัดการจราจรอัจฉริยะ (ITMS) บริการจราจรทั้งโครงข่ายเพื่อบรรเทาปัญหาจราจร และพัฒนารถสาธารณะทั้งระบบ เพิ่มรถสายหลักและรอง (Trunk and Feeder) ราคาถูก ราคาเดียว และสร้างจุดเชื่อมต่อการเดินทาง (Hub) และพัฒนาทางเดินเท้าคุณภาพ 1,000 กิโลเมตร เป็นต้น

3. สุขภาพดี

ได้มีการเชื่อมโยงประวัติคนไข้ภายในสถานพยาบาลในกรุงเทพฯ เพื่อส่งต่อและดูแลรักษาได้ทั่วกรุงเทพฯ มีการ พัฒนาศูนย์บริการสาธารณสุข (สบส.) เพิ่มพื้นที่ออกกำลังกาย เป็นต้น

4. สร้างสรรค์ดี

สร้าง Open Art Map and Calendar ให้ประชาชนปักหมุดกิจกรรมหรือตามเสพงานศิลป์ได้ทั่วกรุง และเปลี่ยนศาลาว่าการเดิมสู่พิพิธภัณฑ์เมืองฯ และพื้นที่สาธารณะ พัฒนาห้องสมุด กทม. สู่อห้องสมุดดิจิทัล ยืมหนังสือออนไลน์ อ่าน E-book ได้จากทุกที่ เป็นต้น

5. สิ่งแวดล้อมดี

โดยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและลานกีฬา มีการขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยงตลอดอายุขัย ป้องกันการสูญหายและโดนทอดทิ้ง จัดให้มีการแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง และสร้างพื้นที่เขตน้แบบ เป็นต้น

6. โครงสร้างดี

จัดเตรียมจุดทิ้งขยะ ลอกท่อ คูคลอง ติดตั้งเครื่องสูบน้ำ ลดจุดเสี่ยงน้ำท่วม หาพื้นที่รับน้ำธรรมชาติ เป็นต้น

7. บริหารจัดการดี

ขึ้นทะเบียนผู้ค้าแผงลอย พร้อมติดตามการดำเนินงาน มีการประเมินประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการในกรุงเทพฯ พัฒนาแพลตฟอร์มรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับนโยบาย เป็นต้น

8. เรียนดี

ขยายเวลาโรงเรียนให้สอดคล้องกับเวลางานของผู้ปกครอง มีกิจกรรมสร้างสรรค์จากวิทยากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน พัฒนาคุณภาพชีวิตครูให้ดีขึ้น โดยเพิ่มสวัสดิการ และใช้เทคโนโลยีช่วยลดงานเอกสาร และเพิ่มหลักสูตรฝึกอบรมอาชีพให้สอดคล้องกับภาครัฐกิจและการขายออนไลน์ เป็นต้น

9. เศรษฐกิจดี

ยกระดับผู้ค้าแผงลอยสู่ความยั่งยืน เพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งเงิน ช่วยเหลือด้านเทคโนโลยี ช่วยจัดหาสถานที่ขาย พัฒนาเศรษฐกิจกลุ่มไฮเทค เช่น eSports, E-commerce เป็นต้น



ภาพที่ 1.7 เว็บไซต์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ที่มา : <https://www.chadchart.com/>

จากปรากฏการณ์การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้รับคะแนนเสียงจากประชาชนอย่างล้นหลามนั้น สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองทางการเมืองที่สำคัญของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งก่อนหน้านี้สถานการณ์ทางการเมืองของไทยอยู่ท่ามกลางความขัดแย้ง และแบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายอย่างชัดเจน คือฝ่ายที่สนับสนุน “ประชาธิปไตย” และเรียกร้องในการปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ เปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจ กับฝ่าย “อนุรักษ์นิยม” ที่ออกมาปกป้องสถาบัน

พระมหากษัตริย์ โดยชัยชนะจากการเลือกตั้งของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ถูกมองว่า เป็น “ชัยชนะ” ของ “ฝ่ายประชาธิปไตย” หรือ ฝ่ายที่อยู่ตรงข้ามรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้นำจากการรัฐประหาร จนถึงการเลือกตั้งทั่วไปในปี 2562 ตามรัฐธรรมนูญ 2560 ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ สมัยรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในนามอิสระ ไม่ได้สังกัดพรรคการเมืองใด เพียงแต่เคยเป็นรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม สมัยรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และในการเลือกตั้งทั่วไปเมื่อปี 2562 เคยถูกเสนอชื่อว่าเป็น 1 ใน 3 รายชื่อที่เหมาะสมเป็นนายกรัฐมนตรีของพรรคเพื่อไทย (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) ซึ่งสัญญาณที่ชัดเจนที่สุดจากประชาชนในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ผ่านมา คือ ตัวบุคคล ที่สะท้อนให้เห็นว่าหากประชาชนคิดจะเลือกบุคคลในตำแหน่งสำคัญๆ สำหรับการบริหารประเทศ คนที่พรรคการเมืองควรจะนำเสนอมาให้เลือก คือ บุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วน พรรคการเมืองจึงควรจะมีการพิถีพิถันในการคัดเลือกบุคคล โดยเฉพาะในตำแหน่งสำคัญทางการเมืองให้มากขึ้น

เนื่องจากกรุงเทพมหานครนั้นเป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางด้านประชากร และชัยชนะของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองในการเลือกตั้งของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจส่งผลต่อการเลือกตั้งใหญ่ที่จะเกิดขึ้นในปี 2566 เนื่องจากรัฐบาลพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา จะหมดวาระในวันที่ 23 มิ.ค.2566 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจและทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง (การตลาดการเมือง) ที่มีอิทธิพลต่อประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกศึกษาถึงกรณีของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ซึ่งมีการนำการตลาดมาประยุกต์ใช้ทางการเมืองได้อย่างโดดเด่น และนับว่าประสบความสำเร็จในการเลือกตั้งที่เป็นปรากฏการณ์ในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

1.3 คำถามในงานวิจัย

1. แนวคิดทางจิตวิทยาของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งแนวคิดใดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ หรือไม่
2. ภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ว่าราชการกรุงเทพหรือไม่
3. ปัจจัยการตลาดการเมืองด้านภาพลักษณ์ในด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์
4. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ อย่างไร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ความสำเร็จ และทำความเข้าใจรูปแบบการตลาดการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูล ไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดเมืองของนักการเมืองหรือนักการตลาด ที่อยู่ในแวดวงการเมือง นำไปใช้เป็นแนวทางในการแสวงหาความนิยมทางการเมืองต่อไป
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือนักการเมืองต่อไป

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาจิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าและทำวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเลือกจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และได้เลือกนาย ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจาก สูตรของ Cochran (W.G. Cochran, 1997) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนที่ระดับความ เชื่อมั่นร้อยละ 95 และใช้วิธีสุ่มโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบ บังเอิญ (Accidental Sampling)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษาและทำวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 ถึง 31 ธันวาคม 2565 และ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2565 ถึง 30 กันยายน 2565

1.6 คำศัพท์เฉพาะ

การเลือกตั้ง คือ การที่ประชาชนใช้สิทธิของตนเองลงคะแนนเสียงเลือกตัวแทน เพื่อเลือก ตัวแทนในการปกครองในแต่ละระดับของประเทศ เช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การ เลือกตั้งสมาชิกสภาจังหวัด หรือการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นต้น

ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง คือ ผู้มีสัญชาติไทย แต่ถ้าแปลงสัญชาติ ต้องได้สัญชาติไทยมาแล้ว ไม่น้อย กว่า 5 ปี มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีในวันเลือกตั้ง และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตเลือกตั้งมาแล้ว เป็นเวลา ติดต่อกันไม่น้อยกว่า 1 ปี นับถึงวันเลือกตั้ง

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First Time Voter) คือ ผู้มีสัญชาติไทย แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลง สัญชาติ ต้องได้สัญชาติไทยมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 5 ปี มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีในวันเลือกตั้ง และต้องมีชื่ออยู่ ในทะเบียนบ้านที่อยู่ในเขตเลือกตั้งมาแล้ว เป็นเวลาติดต่อกันไม่น้อยกว่า 1 ปี นับจนถึงวันเลือกตั้ง เป็น บุคคลที่เพิ่งจะได้สิทธิมีอายุถึงเกณฑ์ที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้เป็นครั้งแรก โดยเป็นผู้มีอายุ 18- 27 ปี

การตลาดการเมือง คือ การนำเครื่องมือทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในทางการเมืองโดย คำนึงถึงความต้องการของผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นศูนย์กลาง ซึ่งผู้มีสิทธิเลือกตั้งในทางการเมืองก็คือ ผู้บริโภคในทางการตลาด โดยที่ผู้ขายในทางการเมืองก็คือนักการเมือง หรือพรรคการเมืองเสนอขาย ความเป็นตัวแทน หรือนโยบาย ซึ่งคือผลิตภัณฑ์ในทางการตลาด แต่ผลตอบแทนที่การทำการตลาด

ทางการเมืองจะได้รับไม่ใช่ผลกำไรสูงสุด แต่เป็นสิ่งตอบแทนทางการเมือง เช่น คะแนนเสียงจากผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เป็นต้น (พิรุณธร เบญจพรรังสิกุล, 2554)



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องจิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยผู้วิจัย ได้ทำการรวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวได้ดังนี้

- 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)
- 2.2 แนวคิดอุดมคตินิยม (Idealism) และสัมพัทธนิยม (Relativism)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Brand Image)
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบงานวิจัย
- 2.6 สมมติฐานงานวิจัย

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)

แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนนี้มาจากการเรียบเรียงบุคลิกภาพจากหนังสือของนักการทูตชาวอิตาลีมีนามว่า “นิโคโล แมคคิเวลลิ” (Nicolo Machiavelli, 1469 - 1527) เป็นผู้เขียนหนังสือที่ชื่อเรื่อง “The Prince” และ “The Discourse” (Machiavelli, 1950) โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการปกครอง และเขียนถึงแนวคิดสำหรับนักการทูต เพื่อใช้ในการปกครองประชาชนและปกครองประเทศ โดยเป็นแนวทางที่จะทำให้ผู้นำสามารถปกครอง ควบคุมอำนาจ หรือครอบครองตำแหน่งได้เป็นระยะเวลานาน

นิโคโล แมคคิเวลลิ (Machiavelli, 1950) ได้เริ่มทำงานทางด้านการเมืองด้วยการเข้ารับราชการในตำแหน่งเลขานุการฝ่ายยุติธรรมแห่งเมืองฟลอเรนซ์ ประเทศอิตาลี โดยต่อมาได้รับการแต่งตั้งอีกหลายตำแหน่งซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านการเมืองทั้งสิ้น หลังจากรัฐบาลหมดอำนาจลง นิโคโล แมคคิเวลลิ ได้ถูกเนรเทศ ซึ่งในช่วงเวลานั้นเองเขาจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดและกลยุทธ์เกี่ยวกับการเมืองการปกครองจากหนังสือต่างๆ ประกอบกับประสบการณ์ในการทำงานด้านการเมืองที่เขาได้สั่ง

สมมาอย่างยาวนาน ทำให้ นิโคโล แมคคิเวลลี ได้กลั่นกรองความคิด วิเคราะห์ และประยุกต์ออกมาเป็น บทความที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางการเมืองอย่างแท้จริง และหากกล่าวถึงนิโคโล แมคคิเวลลี แล้วนั้น นับได้ว่าเป็นนักการปกครองและนักการทูตที่ฉลาดเป็นอย่างมาก รู้จักวางแผนการ วางแผนกลยุทธ์ในการปกครองหรือติดต่อกับประเทศต่างๆ เพื่อที่จะช่วยปกครองให้ประเทศอิตาลี สามารถอยู่รอดได้ในช่วงสงคราม และสามารถปกครองประเทศให้เจริญรุ่งเรืองได้โดยที่ได้รับความ ปลอดภัยมากกว่าการเสียผลประโยชน์ อุปนิสัยโดยส่วนตัวนั้น นิโคโล แมคคิเวลลี มีนิสัยที่ ตรงไปตรงมา (Christie & Geis, 1970) โดยมีเนื้อหาส่วนหนึ่งในหนังสือของ นิโคโล แมคคิเวลลี ได้ กล่าวไว้ว่า ผู้ที่เป็นผู้นำต้องรู้จักมองหาโอกาสและฉวยผลประโยชน์ให้ฝ่ายตน และไม่จำเป็นต้องปฏิบัติ ตามหลักศีลธรรมเสมอไป เนื่องจากผู้นำจะต้องเป็นบุคคลที่รับผิดชอบต่อชาติบ้านเมือง หากคำนึงถึง ศีลธรรมมากเกินไปอาจส่งผลให้บ้านเมืองถูกรบงาหรือถูกข่มขู่จากต่างประเทศได้ และการเป็นนัก ปกครองที่ดีต้องมีความฉลาดแกมโกง มีความเจ้าเล่ห์เหมือนสุนัขจิ้งจอก และยังต้องมีอำนาจ มีพลัง และ มีความยิ่งใหญ่ให้เหมือนกับสิงโต จึงจะทำให้กลายเป็นนักปกครองที่สมบูรณ์แบบและประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ นิโคโล แมคคิเวลลี ยังมีความคิดที่ว่านักปกครองไม่อาจดำรงอยู่ได้หากมีแต่การ ทำตัวเป็นคนดี นักปกครองต้องมีการเรียนรู้การใช้อำนาจในทางที่ไม่ดีบ้างขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความจำเป็น

ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน นั้นมีความคิดที่ตั้งอยู่ใน หลักการบนพื้นฐานของความเป็นจริงของมนุษย์ โดยมองว่ามนุษย์ทุกคนล้วนมีความเห็นแก่ตัว ความชั่วร้ายอยู่ภายในตนเองทั้งสิ้น ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของมนุษย์ สำหรับการทำความดีหรือการ กระทำที่ถูกยกย่องว่าเป็นสิ่งที่ดีนั้น เป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้นเพื่อทำให้คนในสังคมมองว่าการทำนั้น เป็นสิ่งที่ดีงามและพึงปฏิบัติตาม นอกจากนั้น นิโคโล แมคคิเวลลี ยังมีความเชื่อที่ว่ามนุษย์สามารถ กระทำทั้งสิ่งที่ดีและไม่ดีได้บ้างในบางโอกาส เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

2.1.1 ลักษณะสำคัญของบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน

Christie และ Geis (1970) ได้รวบรวมคุณลักษณะของผู้มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ไว้ว่ามีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียนมักจะขาดการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่ออารมณ์ และความรู้สึกของผู้อื่น เมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นก็จะรู้สึกว่าคุณเองมีความสำเร็จที่มากกว่า สามารถ ทำให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ต้องการได้ โดยมองว่าผู้อื่นเป็นเสมือนวัตถุที่สามารถจัดกระทำได้มากกว่าที่จะมอง

ถึงความเป็นปัจเจกบุคคลที่ต้องการความเห็นอกเห็นใจเพราะมองว่าเมื่อใดก็ตามที่มีความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาจจะทำให้ตนไม่มีอิทธิพลเหนือผู้อื่นและไม่สามารถให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ต้องการได้

2. ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน มักจะขาดการให้ความสำคัญต่อหลักศีลธรรม ถึงแม้ว่าการมีศีลธรรม หรือการมีคุณธรรมจะเป็นเรื่องที่ตีความหมายได้ยาก แต่ Christie และ Geis ได้กำหนดขอบเขตของการขาดศีลธรรมในลักษณะทั่วไปว่าเป็นการโกหก การหลอกลวง มีกลอุบาย มีลัทธิลบลมคมใน โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน จะกังวลเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง หรือนึกถึงแต่ผลประโยชน์ต่อตนเองมากกว่าผู้อื่น และมักมองข้ามเรื่องจริยธรรม

3. ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน จะขาดความไว้วางใจ มีความหวาดระแวง และมองโลกในแง่ร้าย เมื่อต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มักมองผู้อื่นเป็นเหมือนวัตถุ ปราศจากการพิจารณาถึงหลักการคิดหรือเหตุผลของผู้อื่น และจะประเมินผู้อื่นหรือสถานการณ์บางอย่างที่ผิดๆ เพื่อให้มารองรับกับเหตุผลหรือการรับรู้ที่ตนเองมีเท่านั้น โดยปราศจากความเป็นจริงทางสังคม ไม่สามารถที่จะสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับผู้อื่นได้ แต่ไม่ใช่ในระดับที่เกิดจากความผิดปกติทางสุขภาพจิต

4. ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน มีระดับการผูกมัดเชิงอุดมการณ์ในระดับต่ำ โดยจะให้ความสนใจเฉพาะการคิดค้นเทคนิควิธีการที่จะทำให้ความต้องการของตนเองสำเร็จลุล่วงมากกว่าที่จะต้องมาคอยกังวลถึงความถูกต้องเหมาะสมหรือกระทำให้สอดคล้องกับอุดมการณ์ของตนเอง

นอกจากนี้ Singhapakdi (1993) ได้นิยามบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน ว่าเป็นยุทธศาสตร์ทั่วไปที่บุคคลใช้จัดการกับผู้อื่นเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตนเองต้องการ โดยมิได้คำนึงถึงความสัมพันธ์อันเป็นส่วนตัว ทั้งยังแสดงออกถึงความอยากได้ที่ชัดเจน แน่วแน่ เพื่อชี้นำการรับรู้และการกระทำ

Van Kenhove et al. (2001) อธิบายบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียนว่าเป็น "ฉายาเชิงลบ" ซึ่งแสดงออกถึงวิธีการจัดการกับผู้อื่นในทางที่ผิดศีลธรรม โดยคำนึงถึงแต่วัตถุประสงค์ของตนเองโดยมิได้สนใจวัตถุประสงค์ของผู้อื่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียนมากเท่าไร ย่อมมีจริยธรรมน้อยลงเท่านั้น

Winter et al. (2004) อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียนว่าเป็นของพฤติกรรมที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเชิงจริยธรรม การปฏิบัติที่ผิดศีลธรรม ละเลยความต้องการ และสิทธิของผู้อื่น โดยยังมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ในการใช้ไหวพริบ และการจัดการสิ่งต่างๆ เพื่อประโยชน์ส่วนตัว โดยความคิดของผู้มีบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียนมองว่าการทำเพื่อประโยชน์ส่วนตนไม่ใช่เรื่องผิดศีลธรรม

มนฤดี สายสิงห์ (2549) กล่าวว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนเป็นคนที่มีความสามารถในการชดชง โน้มน้าวบุคคลอื่นโดยใช้เล่ห์เหลี่ยมและแผนการต่างๆ ได้อย่างแยบยล เพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ และเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง ในเรื่องของการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งในการทำงานและเรื่องอื่นๆ พบว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนสามารถเข้าร่วมสังคมได้ดีและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ดี แต่ขาดความจริงใจ อาจจะกล่าวได้ตามสำนวนไทยคือการตีสองหน้าเพราะสามารถทำทุกอย่างเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตนต้องการ โดยเฉพาะการแสดงออกต่อบุคคลที่สามารถทำประโยชน์ให้แก่ตน

ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน คือบุคคลที่ทำทุกอย่างโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก โดยมีได้คำนึงถึงหลักศีลธรรม หรือความถูกต้อง สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ดีเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตนเองต้องการ แต่ไม่ได้มีความจริงใจในการกระทำนั้นๆ โดยจะคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ และไม่ไ้มองว่าการกระทำดังกล่าวเป็นเรื่องที่ขัดต่อหลักจริยธรรม

2.2 แนวคิดอุดมคตินิยม (Idealism) และสัมพัทธนิยม (Relativism)

นักคิดอุดมคตินิยมคนสำคัญ เช่น โทมัส อโควนัส (1224 – 1274) มีชีวิตอยู่ในช่วงยุคกลาง ได้เสนอแนวคิดเรื่อง “สงครามที่ยุติธรรม” (Just War) โดยให้ความเห็นว่า สงครามไม่ใช่สิ่งเลวร้าย แต่เป็นสิ่งที่พึงกระทำอย่างยิ่ง หากการทำสงครามนั้นมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความยุติธรรม โดยสงครามที่จัดได้ว่าเป็นสงครามบนหลักการของความยุติธรรมต้องมีเงื่อนไขครบถ้วนทั้ง 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องประกาศโดยผู้ปกครองผู้มีอำนาจ ประการที่สองคือต้องเป็นสงครามเพื่อการแก้ไขความไม่ถูกต้อง และประการที่สามต้องมีเป้าหมายเพื่อบรรลุสู่ความดีงาม หลีกเลี่ยงความชั่วร้าย ไม่ใช่เพื่อเปิดทางไปสู่ความโลภหรือความอำมหิต (Heywood, 2015) อิทธิพลทางความคิดของนักคิดเหล่านี้ส่งผลต่อความคิดทางการเมืองและการทำสงครามในหมู่ผู้นำทางการเมืองในยุคปัจจุบัน เช่น การบุกประเทศอิรักของกองทัพสหรัฐอเมริกาในยุคสมัยของประธานาธิบดีจอร์จ ดับเบิลยู บุช (Gorge W. Bush) ซึ่งอ้างว่าเป็นสงครามที่ยุติธรรม เพราะมีเป้าหมายเพื่อขจัดอำนาจเผด็จการของประธานาธิบดีซัดดัม ฮุสเซน นำความสงบสุขและสันติภาพมาสู่ชาวอิรักและทำลายขบวนการก่อการร้ายที่เป็นภัยคุกคามต่อชาวโลก

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2526) กล่าวว่าปรัชญาของอุดมคตินิยม คือการเป็นผู้ที่ยึดมั่นในคุณธรรมความดีตามหลักของพุทธศาสนาที่บุคคลนั้นนับถือหรือยึดมั่น ดำเนินชีวิตตามประเพณีอันดีงามของสังคมไทย นำพาชีวิตไปสู่สิ่งที่เป็นอุดมคติ เป็นแนวคิดที่เป็นรากฐานของสังคมไทยและตั้งอยู่บนพื้นฐานของศาสนา แม้จะมีการปรับเปลี่ยน ประยุกต์ และเลือกใช้ตามความเชื่อของแต่ละคน

Ernest Gellner (1985) ได้อธิบายถึงแนวคิดสัมพัทธนิยม โดยเชื่อว่าไม่มีความจริงแบบตายตัว ความจริงนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา และสถานที่ โดยขึ้นอยู่กับความคิด ความเชื่อของบุคคลแต่ละกลุ่ม ในทางมานุษยวิทยาอธิบายได้ว่า แนวคิดสัมพัทธนิยมคือระเบียบวิธีใช้พิจารณามนุษย์ที่มีวัฒนธรรมต่างไป กล่าวคือนักมานุษยวิทยาจะต้องไม่นำเอาความคิดของทางตะวันตกไปตัดสินคุณค่าทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มอื่นๆ

วิทย์ วิศุทเวทย์ (2532) กล่าวว่า แนวคิดสัมพัทธนิยม ถือว่าดีชั่วขึ้นกับความรู้สึกของแต่ละคน การกระทำต่างๆ นั้นจะดีหรือเลวขึ้นอยู่กับความรู้สึกที่การกระทำนั้นก่อให้เกิดขึ้นในใจเรา ยกตัวอย่างเช่น หากบอกว่าแสงแดดอุ่น และน้ำแข็งเย็น ก็เพราะความรู้สึกที่เราได้รับ แต่ความรู้สึกเกี่ยวกับศีลธรรมของเรามีใช้สิ่งที่จะดึงออกจากตัวเราได้ตามอำเภอใจ เช่น นายศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นคนไทย คู่กันเคยกับการกินข้าวมาแต่เกิดมีความรู้สึกชอบข้าวมากกว่าขนมปัง เขาคงเลือกกินข้าวถ้าเขาเลือกได้ ความรู้สึกชอบข้าวมากกว่าขนมปัง ความรู้สึกนี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของนายศักดิ์สิทธิ์เขาไม่สามารถยกเลิกความรู้สึกนี้ได้ทันทีทันใดและเขาก็ไม่สามารถสร้างความรู้สึกชอบขนมปังขึ้นในตัวเขาทันทีทันใดได้เหมือนกันได้

ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้มีแนวคิดอุดมคตินิยม คือ มีแนวคิดในการมองโลกในแง่ดี ชิดมั่นในศีลธรรมความดี ประพฤติปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน มีศาสนาเป็นที่ตั้งในดำเนินชีวิต เน้นความสงบสุขและสันติภาพ ส่วนแนวคิดสัมพัทธนิยม คือแนวคิดที่เชื่อว่าจริยธรรมไม่ใช่เรื่องที่วัดได้ ไม่แน่นอน ความดี ชั่ว ถูก ผิด เหมาะสม หรือไม่เหมาะสม ขึ้นอยู่กับบุคคล สังคม หรือสถานการณ์ ดังนั้นเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินค่าทางจริยธรรมจึงแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และสังคม ในสถานการณ์หนึ่ง สิ่งหนึ่งหรือการกระทำหนึ่งอาจดีหรือถูก แต่ในอีกสถานการณ์หนึ่ง สิ่งเดียวกันหรือการกระทำเดียวกันนี้อาจเลวหรือผิดก็ได้

Forsyth (1980) ได้กำหนดตำแหน่งทางจริยธรรมสี่ตำแหน่งตามมิติอุดมคติและสัมพัทธภาพ เพื่อให้การตัดสินทางจริยธรรมทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานของหลักจริยธรรมและการดำเนินการที่ถูกต้องจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่คาดหวัง มีสัมพัทธภาพสูงบุคคลปฏิบัติเสรีหลักศีลธรรมสากล แต่บุคคลที่ไม่สัมพัทธ์ยอมรับหลักการสากลเมื่อสร้างการตัดสินใจทางจริยธรรม

ตารางที่ 2.1 ตำแหน่งทางจริยธรรม โดย Forsyth

		สัมพัทธนิยม (Relativism)	
		ต่ำ	สูง
อุดมคตินิยม (Idealism)	ต่ำ	อนุรักษนิยม (Exceptionalism) บุคคลควรปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับกฎศีลธรรม แต่บุคคลควรเปิดกว้างในทางปฏิบัติต่อข้อบกพร่องเหล่านี้	อัตวิสัยนิยม (Subjectivism) ค่านิยมและมุมมองของปัจเจกบุคคลควรชี้นำการเลือกทางศีลธรรมมากกว่าหลักจริยธรรมสากลหรือความปรารถนาที่จะบรรลุผลในเชิงบวก
	สูง	สัมบูรณ์นิยม (Absolutism) บุคคลควรประพฤติตนให้สอดคล้องกับหลักศีลธรรม เพราะการทำเช่นนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วจะเกิดผลดีที่สุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	สถานการณ์นิยม (Situationism) บุคคลควรกระทำเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดสำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าการกระทำดังกล่าวจะเป็นการละเมิดกฎจารีตประเพณีเกี่ยวกับจริยธรรม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Brand Image)

“ภาพลักษณ์” ตรงกับคำว่า “Image” ในภาษาอังกฤษ ซึ่งแต่เดิมใช้คำว่า “ภาพพจน์” แต่ผิดเพี้ยนไปจากความหมายจริง เพราะ “พจน์” นั้นหมายถึงการทำให้เกิดภาพ ซึ่งหมายถึงถ้อยคำที่ทำให้เกิดภาพในใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of Speech” และต่อมาราชบัณฑิตยสถานจึงได้บัญญัติศัพท์คำว่า “ภาพลักษณ์” มาใช้ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2551)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้บัญญัติศัพท์คำว่า “ภาพลักษณ์” ไว้ว่าเป็นภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น ซึ่งตรงกับคำว่า Image ในภาษาอังกฤษ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554) นอกจากนี้คำว่าภาพลักษณ์ยังถูกนิยามโดยนักวิชาการมากมาย อาทิ โบลดิ้ง (Boulding, อ้างถึงใน อิทธิเดช สุพงษ์, 2553) อธิบายว่าภาพลักษณ์เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัวในโลกที่เราประสบอยู่ อันเกี่ยวเนื่องกับกระบวนการทางจิตใจ ความคิด ที่เราได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รวมทั้งได้สัมผัสและชิมรส ประกอบกับประสบการณ์ทางอ้อมอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยการให้ความหมายและตีความ ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่เราได้รับรู้มาให้เป็น

ความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted sensation) การแทนความหมายจากการรับรู้ (Perception) ความประทับใจในภาพที่ปรากฏให้เห็น (Appearance) หรือความคล้ายคลึง (Similarity)

เสรี วงษ์มณฑา (2541) อธิบายว่าภาพลักษณ์คือข้อเท็จจริง ที่ผ่านการประเมินส่วนตัว จนเป็นภาพฝังใจ และอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลเป็นระยะเวลายาวนาน เป็นเรื่องยากที่จะปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการรับรู้ที่มนุษย์มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีการผสมความคิดเห็นส่วนตัวลงไป

อิทธิเดช สุพงษ์ (2553) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ไว้ว่า เป็นความคิดหรือภาพที่มีต่อวัตถุ บุคคล องค์กร หรือสถาบัน โดยกำเนิดจากการรับรู้ข้อเท็จจริงด้วยประสบการณ์และการตีความของตนเอง อันเป็นภาพในจิตใจซึ่งมีความประทับใจเพียงพอ และจะฝังอยู่ในจิตใญยาวนานยากต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหากจะมีการเปลี่ยนแปลงต้องอาศัยระยะเวลา ไม่สามารถทำได้ภายในระยะเวลาอันสั้น รวมทั้งต้องผ่านกระบวนการในการดำเนินการ

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ความรู้สึก การรับรู้ หรือความรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หรือที่ประสบพบเจออยู่ ซึ่งเป็นได้ทั้งประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อม ที่ผ่านการประเมินหรือตีความของแต่ละบุคคล ผสมผสานกับข้อเท็จจริง กลายมาเป็นภาพที่อยู่ในจิตใจอย่างยาวนาน ยากต่อการเปลี่ยนแปลง และหากต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงก็ต้องผ่านกระบวนการ และไม่สามารถทำได้ภายในระยะเวลาอันสั้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Esen Gurbuz และ Esra Eris (2016) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการเลือกตั้ง กรณีศึกษาประเทศตุรกี โดยได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งชาวตุรกี ที่มีต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งว่ามีความโน้มเอียงในการแบ่งฝั่ง หรือมีความเป็นกลาง โดยใช้แบบคำถามสถานะทางจริยธรรม (The ethical position questionnaire (EPQ)) และแบบวัดด้าน Machiavellianism: The Mach IV โดยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ตัวอย่างจากการเลือกตั้งระดับชาติของตุรกี โดยจากผลการศึกษาด้วยวิธีการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) พบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติในด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการลงคะแนนเลือกตั้งทางการเมืองแบบแบ่งฝั่งหรือแบบเป็นกลาง โดยผลลัพธ์ที่ได้จากแบบสอบถาม The ethical position questionnaire : EPQ และ แบบวัดด้าน Machiavellianism: The Mach IV โดยใช้มาตรวัด

ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งใช้เกณฑ์ 5 ระดับ แทน 5 ความหมายคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยพบว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านของบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 ด้านอุดมคตินิยมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 และด้านสัมพัทธนิยมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 จึงสรุปได้ว่าผู้ให้คะแนนเสียงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ เรื่องของอุดมคตินิยมของนักการเมืองมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยของสัมพัทธนิยม และบุคลิกภาพ แมคคิเวลเลียน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ผู้รับเลือกตั้งควรมีลักษณะแบบสัมบูรณ์นิยม (Absolutism) คือควรประพฤติตนให้สอดคล้องกับหลัก ศีลธรรม เพราะการทำเช่นนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะเกิดผลดีที่สุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมีสัมพัทธภาพ ต่ำ (Relativism) และอุดมคตินิยมสูง (Idealism)

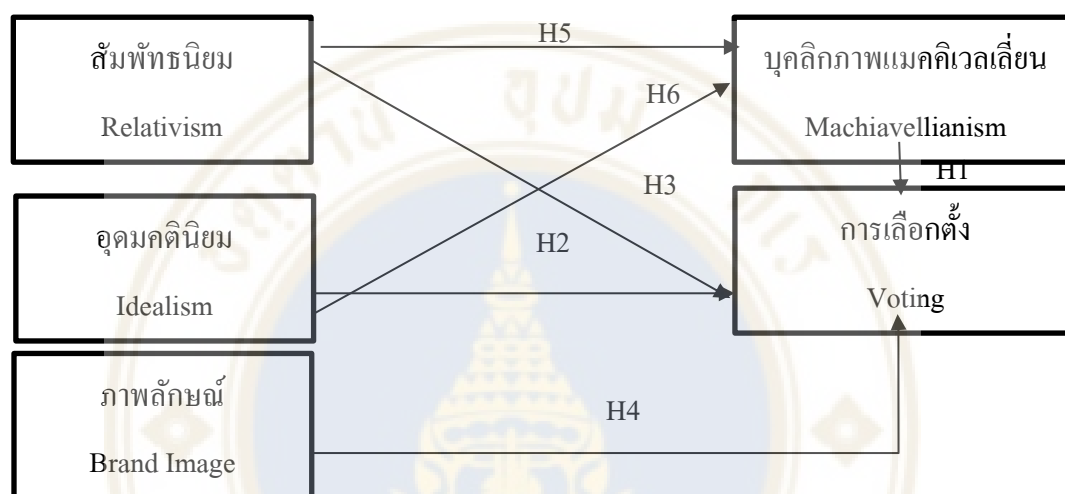
Sigge Winther Nielsen (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวัดแบรนด์ทางการเมือง ศิลปะและ ศาสตร์ทางความคิด โดยได้ทำการศึกษาถึงพรรคการเมืองและผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่สามารถเชื่อมโยง ความคิดกับแบรนด์ทางการเมืองได้หรือไม่ โดยมีความเห็นว่าขอบเขตของแบรนด์ทางการเมืองได้มีการ พัฒนาแนวทางในการสำรวจมาอย่างมากมายในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่การให้ความสำคัญในการวัดผล แแบรนด์นั้นได้รับความสนใจที่น้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพยายามในการสร้างมาตรวัดที่พยายาม อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีสิทธิเลือกตั้งและฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาพบว่า ประการ แรกการวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับพรรคการเมืองและผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่อง ทรานส์แอคชันทางการเมืองนั้นควรมีการวัดแบรนด์ในเชิงประจักษ์ ประการที่สอง ผลการศึกษาได้กล่าวถึง วิธีที่ดีที่สุดในการมองหาดัชนีเชิงประจักษ์ของแบรนด์ และใช้เพื่อพัฒนาวิธีการทางเลือกในการวัด มูลค่าแบรนด์ทางการเมืองโดยใช้การวัดเชิงปริมาณ ประการที่สาม ผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าการ วัดผลทางการเมืองนี้สามารถศึกษาในบริบทของโลกแห่งความเป็นจริง คุณค่าของทรานส์แอคชันของพรรค การเมืองมีความสัมพันธ์กับความเห็นอกเห็นใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีต่อพรรคนี้ เป็นเพียงก้าวแรก แต่เป็นก้าวที่สำคัญ การพิจารณาด้านทฤษฎีจำเป็นต้องเปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่าง 3 มิติ ที่ขับเคลื่อน มุมมองของแบรนด์ทางการเมืองที่เน้นผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นศูนย์กลาง ได้แก่ มิติด้านการตลาด มิติด้าน จิตวิทยา และมิติด้านรัฐศาสตร์ ที่มีความสัมพันธ์กัน

Elen Atanesyan (2019) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลซึ่งเป็นส่วน หนึ่งของกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองในประเทศอาร์เมเนีย เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยและการ วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ จะเห็นได้ว่าการสร้างตราสินค้าทางการเมืองมีความเชื่อมโยงอย่างมากกับ ความสำเร็จของนักการเมือง กล่าวได้ว่าการสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Branding) เป็นแนวคิดที่

เทคนิคเฉพาะหลายอย่างที่ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์ทางการเมืองที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างตราสินค้าทางการเมืองคือการสร้างภาพลักษณ์ ตำแหน่ง และระดับการมีส่วนร่วมของนักการเมืองในโซเชียลมีเดีย การวิจัยทั้งระดับปฐมภูมิ และทุติยภูมิแสดงให้เห็นว่า เพื่อให้การสร้างตราสินค้าทางการเมืองประสบความสำเร็จ นักการเมืองควรสร้างลักษณะทางการเมืองที่กำหนดสอดคล้องกับตราสินค้า โดยหลังจากวิเคราะห์ห้วงสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อแล้วพบว่า นักการเมืองชาวอาร์เมเนียที่ประสบความสำเร็จหลายคนใช้กลยุทธ์นี้ ซึ่งช่วยให้พวกเขาพัฒนาแบรนด์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพวกเขาในหมู่ผู้คน ปัจจัยและคุณสมบัติที่มีประสิทธิภาพสูงสุดบางประการที่นักการเมืองชาวอาร์เมเนียใช้คือความรอบรู้ ความถูกต้องโปร่งใส สามารถเข้าถึงได้ ความเอาใจใส่ และความสัมพันธ์อันดี สิ่งเหล่านี้คือคุณสมบัติบางส่วนที่มีประสิทธิภาพที่สุด มีความโดดเด่น โดยเฉพาะในการกล่าวสุนทรพจน์ และการแสดงตนในสังคม ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในความสำเร็จของการสร้างตราสินค้าทางการเมืองในปัจจุบัน เพราะช่วยให้นักการเมืองมีส่วนร่วมกับผู้ชมโดยตรงมากขึ้น และช่วยสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองที่สมจริงยิ่งขึ้นในจิตใจของสังคม นอกจากนี้ ตามที่ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อกล่าวไว้ นักการเมืองชาวอาร์เมเนียจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ใช้โซเชียลมีเดียเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการเมืองและแบรนด์ ซึ่งช่วยให้พวกเขาได้รับความสนใจจากผู้ชมและอาจมีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อพวกเขาในทางใดทางหนึ่ง นอกจากนี้ การวิเคราะห์แบบสำรวจพบว่าคนรุ่นมิลเลนเนียมมีแนวโน้มที่จะติดตามกิจกรรมทางการเมืองของนักการเมืองมากขึ้นหากนักการเมืองนั้นมีส่วนร่วมในโซเชียลมีเดีย เมื่อพิจารณาผลการวิจัยทั้งหมดแล้ว อาจกล่าวได้ว่าการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลกำลังพัฒนาปรากฏการณ์อย่างต่อเนื่องในอาร์เมเนีย ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญต่างๆ ที่ช่วยพัฒนาแบรนด์นักการเมืองจากมุมมองต่างๆ และทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการศึกษาี้พยายามที่จะระบุถึงความเชื่อมโยงที่เป็นไปได้ของการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลกับความสำเร็จของนักการเมือง และการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการสื่อสารโดยตรงระหว่างนักการเมืองกับสาธารณชน ตลอดจนผลกระทบต่อความสนใจและการมีส่วนร่วมกับนักการเมืองคนนั้นๆ อีกด้วย

2.5 กรอบงานวิจัย

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการเลือกตั้งกรณีศึกษาประเทศตุรกี ของ Esen Gurbuz และ Esra Eris (2016) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดดังภาพ



รูปภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

2.6 สมมติฐานงานวิจัย

H1 บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H2 ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H3 ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H4 ปัจจัยภาพลักษณ์ (Brand Image) ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H5 ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)

H6 ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์”
ผู้วิจัยได้ลำดับระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 การออกแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้สำหรับการวิจัย
- 3.4 กระบวนการวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การออกแบบงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการทำวิจัยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา เนื่องจากให้ความสะดวกและประหยัดเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงค่าใช้จ่ายในการวิจัยด้วย อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามดังกล่าวมาประมวลผลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูล tmnthailand (2022) พบว่าจำนวนประชากรผู้อาศัยในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 5,519,907 คน โดยเมื่อคำนวณถึงวันที่ 22 พฤษภาคม 2565 พบว่ามีจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง 4,374,131 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 1,996,104 คน เพศหญิง จำนวน 2,378,027 คน และเนื่องจากกรุงเทพมหานคร นั้นเป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางด้านประชากร และนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ถือเป็นนักการเมืองที่มีคะแนนนิยมสูงมาเป็นอันดับต้นๆ จนกระทั่งได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งครั้งนี้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง มุมมองในการเลือกตั้งของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นเหตุผลนำไปสู่การศึกษาวิจัยของผู้วิจัยใน ครั้งนี้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้เข้าร่วม การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และลงคะแนนเสียงให้นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ทั้งนี้ในการ คาดการณ์ประชากรที่ใช้ในการศึกษา และเพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้สุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม ทาง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เมื่อนำมาคิดตามหลักการของ Cochran (1977) เพื่อ หาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ 0.05 หรือร้อยละ 5 ตาม สูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 384$$

คือ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z = ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ซึ่งจากการแทนค่าในสูตรดังกล่าว พบว่าการศึกษาค้างนี้จะต้องใช้ขนาดตัวอย่างไม่น้อย กว่า 384 คน จึงจะสามารถที่จะประมาณค่าร้อยละได้โดยการศึกษาจะต้องมีส่วนตัวของประชากรที่

ผู้วิจัยกำหนดค่า 0.5 และความคลาดเคลื่อนจากการศึกษาจะต้องไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการศึกษาขึ้นทางผู้วิจัยจึงได้ทำการเพิ่มขนาดประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพิ่มอีก 16 คน ซึ่งพอรวมกับกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณจากสูตรจะได้จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งหมด 400 คน

3.3 การพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้สำหรับการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทั้งหมด 5 ตัวแปร โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scales (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ปานกลาง, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยวิธีการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้นสำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{จำนวนสูงสุด} - \text{จำนวนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับมาตรวัดด้านสัมพัทธนิยม (Relativism) ผู้วิจัยได้มีการปรับคำถามมาจาก Van et al. (2000) และ Wojciszke (1987) ซึ่งมีการใช้ระดับการวัดข้อมูล 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scales ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ ดังแสดงในภาค ก

มาตรวัดด้านอุดมคตินิยม (Idealism) ผู้วิจัยได้มีการปรับคำถามมาจาก Van et al. (2000) ซึ่งมีการใช้ระดับการวัดข้อมูล 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scales ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ ดังแสดงในภาค ก

มาตรวัดด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ผู้วิจัยได้มีการปรับคำถามมาจาก Van et al. (2000) ซึ่งมีการใช้ระดับการวัดข้อมูล 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scales ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ ดังแสดงในภาค ก

มาตรวัดด้านภาพลักษณ์ (Brand Image) ผู้วิจัยได้มีการปรับคำถามมาจาก Farrag (2013) ซึ่งมีการใช้ระดับการวัดข้อมูล 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scales ประกอบด้วยคำถามจำนวน 30 ข้อ ดังแสดงในภาค ก

มาตรวัดด้านการเลือกตั้ง (Voting) ผู้วิจัยได้มีการปรับคำถามมาจาก Saleem et al. (2021) ซึ่งมีการใช้ระดับการวัดข้อมูล 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scales ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ ดังแสดงในภาค ก

3.4 กระบวนการวิจัย

ทางผู้วิจัยมีการดำเนินการวิจัย โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ซึ่งเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่เหมาะสมสำหรับการสร้างแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต และแบบสอบถามดังกล่าวผู้วิจัยได้กระจายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตรงตามกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานานทั้งหมด 400 ชุด ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม – 15 กันยายน พ.ศ. 2565 รวมเป็นระยะเวลาประมาณ 1 เดือน

ทั้งนี้ มีการกำหนดแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ข้อมูลส่วนตัวและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จะได้รับการเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับ นอกจากนี้ในการกำหนดคำถามในแบบสอบถาม ผู้วิจัยมีการอ้างอิงจากงานวิจัยก่อนหน้าและนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เพื่อการสร้างแบบสอบถาม ดังแสดงในภาคผนวก ข

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาตรวจสอบและวิเคราะห์ โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing)

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจะคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก และคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์เท่านั้น ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่ามีแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด 384 ชุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทางผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์และแสดงผลสำหรับข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรที่ทำการศึกษาและกำหนดการวัดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือกล่าวอีกนัยคือ ระดับนัยทางสถิติ (Significant Level) เท่ากับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์” การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 487 ตัวอย่าง หลังจากคัดกรองข้อมูลแล้วพบว่าข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสามารถวิเคราะห์ในงานวิจัยได้จำนวน 416 ตัวอย่าง โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกนำมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยด้านสังคมศาสตร์ (SPSS: Statistical Packet for The Social Sciences) และผู้วิจัยนำผลที่ได้มาประมวลผลข้อมูล เพื่อตอบจุดประสงค์ของการวิจัยและผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ทางผู้วิจัยนำข้อมูลปัจจัยที่ผ่านการวิเคราะห์ Factor Analysis มาตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปร ในแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 หากหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มากกว่า 0.7 ขึ้นไป ถือว่าค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์และเป็นที่ยอมรับได้ แสดงผลดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละตัวแปร

ตัวแปร	จำนวนตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)
สัมพัทธนิยม (Relativism)	10	0.86
อุดมคตินิยม (Idealism)	10	0.73

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)
บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)	20	0.71
ภาพลักษณ์ (Brand Image)	31	0.85
การเลือกตั้ง (Voting)	3	0.88

โดยเกณฑ์ของการวัดค่าอัลฟา (Mohsen Tavakol, & Reg Dennick, 2011) จะเป็นไปตาม
ตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ตารางค่าความสอดคล้องของคำถามของค่าอัลฟา (α) ในแต่ละระดับ

ค่าครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha)	ระดับความสอดคล้องภายใน
$\alpha \geq 0.9$	ดีเยี่ยม
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	ดี
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	ยอมรับได้
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	น่าสงสัย
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	แย่มาก
$0.5 > \alpha$	ไม่สามารถยอมรับได้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ตาราง 4.3 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

n=416

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	194	46.63
เพศหญิง	222	53.37
รวม	416	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 53.37 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 46.63

ตาราง 4.4 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

n=416

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 23 ปี	26	6.25
24 - 41 ปี	339	81.49
มากกว่า 42 ปี	51	12.26
รวม	416	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 24 - 41 ปี จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 81.49 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 42 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.26

ตาราง 4.5 ความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

n=416

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	41	9.86
20,001 – 40,000 บาท	193	46.39
40,001 – 60,000 บาท	80	19.23
60,001 – 80,000 บาท	37	8.89
มากกว่า 80,001 บาท	65	15.63
รวม	416	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.86 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.39 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,001 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63

ตาราง 4.6 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

n=416

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	39	9.38
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี	262	62.98
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท-ปริญญาเอก	115	27.64
รวม	416	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.38 กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 62.98 และกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท-ปริญญาเอก จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 27.64

ตาราง 4.7 ความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

n=416			
อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
นิสิต/นักศึกษา	19	4.57	
พนักงานบริษัทเอกชน	266	63.94	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	17.79	
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	57	13.70	
รวม	416	100	

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต/นักศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.57 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 63.94 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.79 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ที่มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์

ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม	4.02	0.51	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านด้านสัมพัทธนิยม	3.40	0.80	เห็นด้วยปานกลาง
ปัจจัยด้านด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน	3.40	0.41	เห็นด้วยปานกลาง
ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ	4.17	0.50	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ	4.10	0.54	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถ	4.39	0.57	เห็นด้วยมากที่สุด
ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหุรหุรา มีสเน่ห์	3.67	0.64	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความอดทน	4.47	0.59	เห็นด้วยมากที่สุด
การเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	4.34	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม

n=416

ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การตรวจสอบให้แน่ใจอยู่เสมอว่าการกระทำของท่านไม่เคยทำร้ายผู้อื่นโดยเจตนาแม้เพียงเล็กน้อย	4.20	0.67	เห็นด้วยมาก
การไม่ยอมรับความเสี่ยงต่อผู้อื่น ไม่ว่าความเสี่ยงจะเล็กน้อยเพียงใด	3.78	0.93	เห็นด้วยมาก
การกระทำทุกสิ่งทุกอย่างก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อผู้อื่นนั้นไม่ควรเกิดขึ้นเลย แม้ว่าสิ่งนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ก็ตาม	3.98	1.10	เห็นด้วยมาก
การทำร้ายจิตใจหรือร่างกายของผู้อื่นเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง	4.68	0.59	เห็นด้วยมากที่สุด

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม (ต่อ)

n=416

ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การกระทำใดๆ ที่อาจคุกคามศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพ ของบุคคลอื่นในทางใดทางหนึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง	4.65	0.65	เห็นด้วยมากที่สุด
การกระทำอันใด หากสามารถทำร้ายผู้บริสุทธิ์ได้ สิ่งนั้นย่อมไม่ควรกระทำ	4.78	0.49	เห็นด้วยมากที่สุด
การตัดสินใจว่าจะทำการใดโดยได้มีการไตร่ตรอง ถึงผลด้านบวกและผลด้านลบของการกระทำนั้น ถือเป็นเรื่องที่ผิดศีลธรรม	3.21	1.44	เห็นด้วยปานกลาง
ศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพของประชาชน ควรเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในสังคม	4.41	0.65	เห็นด้วยมากที่สุด
ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเสียสละ เพื่อสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์ของผู้อื่น	3.10	1.33	เห็นด้วยปานกลาง
การกระทำที่ถูกต้องตามหลักศีลธรรมเท่านั้น ที่นับว่าเป็นการกระทำที่สมบูรณ์แบบ	3.44	1.24	เห็นด้วยมาก
รวม	4.02	0.51	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอุดมคตินิยม โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการกระทำอันใด หากสามารถทำร้ายผู้บริสุทธิ์ได้ สิ่งนั้นย่อมไม่ควรกระทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 รองลงมาคือการทำร้ายจิตใจหรือร่างกายของผู้อื่นเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และลำดับสุดท้ายคือคิดว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเสียสละเพื่อสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์ของผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

ตาราง 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม

ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ไม่มีหลักจริยธรรมใดที่สำคัญมากจนควรเป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณที่กำหนดไว้อย่างเข้มงวด	3.35	1.174	เห็นด้วยปานกลาง
ศีลธรรมมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสังคมนั้นๆ	3.92	1.061	เห็นด้วยมาก
มาตรฐานทางศีลธรรมควรถูกมองว่าเป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สิ่งที่บุคคลหนึ่งเห็นว่าถูกต้องตามหลักศีลธรรม อาจถูกมองว่าผิดศีลธรรมโดยบุคคลอื่น	3.59	1.181	เห็นด้วยมาก
ศีลธรรมและความถูกต้องเป็นเรื่องที่ไม่สามารถเปรียบเทียบได้	3.38	1.273	เห็นด้วยปานกลาง
ศีลธรรมเป็นเรื่องที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ เนื่องจาก สิ่งที่ถูกศีลธรรมหรือผิดศีลธรรมนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล	3.12	1.166	เห็นด้วยปานกลาง
มาตรฐานทางศีลธรรมเป็นเพียงกฎเกณฑ์ส่วนบุคคล ที่บ่งชี้ว่าบุคคลควรประพฤติตนอย่างไร ไม่ควรนำมาใช้ตัดสินนักการเมือง	3.18	1.369	เห็นด้วยปานกลาง
การตัดสินเรื่องศีลธรรมในแต่ละอาชีพนั้นมีความซับซ้อน อาชีพทางการเมืองควรมีสิทธิ์กำหนดมาตรฐานทางศีลธรรม เองได้	3.09	1.346	เห็นด้วยปานกลาง
ข้อกำหนดทางจริยธรรมที่เป็นตัวชี้วัดว่าการกระทำนั้นถูกต้อง หรือไม่ ส่งผลกระทบต่อเรื่องมนุษยสัมพันธ์ และการพยายาม ปรับตัวของบุคคลให้ดีขึ้น	3.90	0.91	เห็นด้วยมาก
การโกหกไม่สามารถตัดสินได้ว่าเป็นการกระทำที่ถูกหรือผิด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้นๆ	3.19	1.32	เห็นด้วยปานกลาง
การตัดสินว่าบุคคลนั้น โกหกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ณ ขณะนั้น ว่าเป็นเพราะเหตุผลใดจึงไม่กระทำตามที่เคยพูดไว้	3.31	1.22	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.40	0.80	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอุดมคตินิยม โดยรวมในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าศีลธรรมมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสังคมนั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือข้อกำหนดทางจริยธรรมที่เป็นตัวชี้วัดว่าการกระทำนั้นถูกต้องหรือไม่ ส่งผลกระทบต่อเรื่องมนุษยสัมพันธ์ และการพยายามปรับตัวของบุคคลให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และลำดับสุดท้ายคือคิดว่าศีลธรรมเป็นเรื่องที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ เนื่องจากสิ่งที่ถูกศีลธรรมหรือผิดศีลธรรมนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

ตาราง 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน

n=416

ปัจจัยด้านด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การบอกผู้อื่นถึงเหตุผลในการกระทำสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ ยกเว้นแต่ว่าการบอกกล่าวนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเอง	2.93	1.25	เห็นด้วยปานกลาง
วิธีที่ดีที่สุดที่จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น คือการบอกในสิ่งที่เขาต้องการ	2.72	1.17	เห็นด้วยปานกลาง
เมื่อจะกระทำการใดต้องแน่ใจว่าถูกต้องตามหลักศีลธรรมเท่านั้น	3.72	0.82	เห็นด้วยมาก
คนส่วนใหญ่เป็นคนดีและจิตใจดี	3.26	0.80	เห็นด้วยปานกลาง
ทุกคนมีด้านที่ชั่วร้าย และเขาเหล่านั้นจะหลุดพ้นได้หากได้รับโอกาสที่ดี	3.85	1.14	เห็นด้วยมาก
ความซื่อสัตย์เป็นเรื่องที่ดีที่สุดในทุกกรณี	4.33	0.90	เห็นด้วยมากที่สุด
การโกหกเป็นเรื่องที่ยอมรับไม่ได้	3.43	1.03	เห็นด้วยมาก
คนส่วนใหญ่จะไม่ทำงานหนักวันแต่จะถูกบังคับให้ทำ	3.50	1.10	เห็นด้วยมาก
การถ่อมตัวและซื่อสัตย์ ย่อมดีกว่าที่จะทำตัวเป็นคนสำคัญและไม่ซื่อสัตย์	4.32	0.94	เห็นด้วยมากที่สุด

ตาราง 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (ต่อ)

n=416

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เมื่อขอให้ผู้อื่นทำอะไรให้ น่าจะเป็นการดีกว่าที่จะให้เหตุผลที่แท้จริง	3.45	1.20	เห็นด้วยมาก
นักการเมืองที่ต้องการความก้าวหน้าหรือการเติบโตในหน้าที่การงานควรจะต้องมีความเที่ยงตรงและใช้ชีวิตตามหลักศีลธรรมอันดี	4.37	0.93	เห็นด้วยมากที่สุด
การไว้วางใจผู้อื่นมากเกินไปอาจก่อให้เกิดปัญหาได้	4.16	0.87	เห็นด้วยมาก
ความแตกต่างที่ใหญ่ที่สุดระหว่างอาชญากรกับคนทั่วไปคืออาชญากรโกงที่จะถูกจับได้	3.00	1.28	เห็นด้วยปานกลาง
คนส่วนใหญ่มีความกล้าหาญ	2.88	0.86	เห็นด้วยปานกลาง
การประจบประแจงบุคคลที่มีอำนาจเป็นเรื่องที่นักการเมืองควรกระทำ	1.86	0.96	เห็นด้วยน้อย
ควรเคารพทุกๆ การกระทำ	3.32	1.13	เห็นด้วยปานกลาง
คำคมอันโด่งดังของพี.ที.บาร์นัม (Phineas Taylor Barnum, 1810-1891) นักแสดงโชว์ผู้โด่งดังในอเมริกาที่ว่า "มีคนถูกหลอก เกิดขึ้นบนโลกทุกๆ นาที" ไม่ถูกต้องเสมอไป	2.61	1.21	เห็นด้วยปานกลาง
การเติบโตในหน้าที่การงานของนักการเมืองต้องมีเล่ห์เหลี่ยมจึงจะเจริญก้าวหน้า	3.17	1.16	เห็นด้วยปานกลาง
ผู้ที่ทุกข์ทรมานจากโรคที่รักษาไม่หาย ควรมีสิทธิ์จบชีวิตตัวเองได้ ด้วยวิธีที่ไม่เจ็บปวด	4.15	0.97	เห็นด้วยมาก
คนส่วนใหญ่ล้มการตายของพ่อได้ง่ายกว่าการสูญเสียทรัพย์สิน	2.96	1.12	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.40	0.41	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน โดยรวมในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่านักการเมืองที่ต้องการความก้าวหน้าหรือการเติบโตในหน้าที่การงานควรจะต้องมีความเที่ยงตรงและใช้ชีวิตตามหลักศีลธรรมอันดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือการถ่อมตัวและซื่อสัตย์ ย่อมดีกว่าที่จะทำตัวเป็นคนสำคัญและไม่ซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และลำดับสุดท้ายคือคิดว่าการประจบประแจงบุคคลที่มีอำนาจเป็นเรื่องที่นักการเมืองควรกระทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86

ตาราง 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

n=416

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เป็นคนคิดดี	4.37	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนรักครอบครัว	4.60	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนธรรมดาทั่วไป	4.22	0.89	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความซื่อสัตย์	4.11	0.77	เห็นด้วยมาก
เป็นคนมีจิตใจบริสุทธิ์	3.97	0.78	เห็นด้วยมาก
เป็นคนร่าเริง	4.27	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว	3.22	1.03	เห็นด้วยมาก
มีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเอง	4.58	0.57	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.17	0.50	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเป็นคนรักครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

รองลงมาคือเป็นคนติดดิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และลำดับสุดท้ายคือเป็นคนที่อารมณ์อ่อนไหว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ตาราง 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

n=416

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เป็นคนกล้าหาญ	4.31	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความอินเทรนด์	4.33	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนเท่	3.82	0.79	เห็นด้วยมาก
เป็นคนรุ่นใหม่	4.07	0.84	เห็นด้วยมาก
เป็นคนช่างจินตนาการ	3.81	0.72	เห็นด้วยมาก
เป็นคนทันสมัย	4.16	0.71	เห็นด้วยมาก
มีความเป็นอิสระ	4.21	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.10	0.54	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ามีความอินเทรนด์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาคือเป็นคนกล้าหาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และลำดับสุดท้ายคือเป็นคนช่างจินตนาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ตาราง 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

n=416

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เป็นพนักงานหนัก	4.62	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนที่เชื่อถือได้	4.25	0.75	เห็นด้วยมากที่สุด
ฉลาดหลักแหลม	4.43	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเมือง	4.14	0.84	เห็นด้วยมาก
ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้	4.48	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนประสบความสำเร็จ	4.28	0.71	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความเป็นผู้นำ	4.54	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.39	0.57	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเป็นพนักงานหนัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือมีความเป็นผู้นำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และลำดับสุดท้ายคือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ตาราง 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรรหรมิสนนท์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

n=416

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรรหรมิสนนท์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เป็นชนชั้นสูงในสังคม	3.49	0.92	เห็นด้วยมาก
มีความดึงดูดใจ	3.87	0.85	เห็นด้วยมาก

ตาราง 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรูหรา มีเสน่ห์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ (ต่อ)

n=416

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรูหรา มีเสน่ห์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีหน้าตาที่ดี	3.22	0.87	เห็นด้วยปานกลาง
มีเสน่ห์ น่าหลงใหล	3.58	0.89	เห็นด้วยมาก
เป็นคนอ่อนโยน	4.19	0.70	เห็นด้วยมาก
รวม	3.67	0.64	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรูหรา มีเสน่ห์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเป็นคนอ่อนโยน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือมีความดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และลำดับสุดท้ายคือมีหน้าตาที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ตาราง 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความด้านความอดทน ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

n=416

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความอดทน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
เป็นคนชอบทำกิจกรรม	4.71	0.58	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความเข้มแข็งเป็นลูกผู้ชาย	4.49	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความอดทน	4.47	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด
เป็นคนหัวหาญ	4.21	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.47	0.59	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความอดทน ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเป็นคนชอบทำกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รองลงมาคือมีความเข้มแข็งเป็นลูกผู้ชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และลำดับสุดท้ายคือเป็นคนหัวหาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ตาราง 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

การเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
หากนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ลงสมัครรับเลือกตั้งในครั้งหน้าจะเลือกอย่างแน่นอน	4.35	0.72	เห็นด้วยมากที่สุด
ฉันจะแนะนำให้คนอื่นเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการเลือกตั้งครั้งหน้า	4.15	0.87	เห็นด้วยมาก
มีความคิดเห็นเชิงบวก และพูดถึงนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี	4.51	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.34	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเชิงบวกและพูดถึงนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือหากนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ลงสมัครรับเลือกตั้งในครั้งหน้าจะเลือกอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และลำดับสุดท้ายคือจะแนะนำให้คนอื่นเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการเลือกตั้งครั้งหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการเมือง

ตาราง 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักการเมือง

n=416

คุณสมบัติของนักการเมือง	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีประสบการณ์ทำงานการเมือง	3.99	0.93	เห็นด้วยมาก
มีการศึกษาสูง	3.96	0.80	เห็นด้วยมาก
มีภาวะผู้นำ	4.72	0.49	เห็นด้วยมากที่สุด
มีวิสัยทัศน์	4.79	0.48	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความสามารถในการบริหาร	4.75	0.54	เห็นด้วยมากที่สุด
มีทักษะในการสื่อสาร	4.76	0.50	เห็นด้วยมากที่สุด
มีความสัมพันธ์อันดีกับพรรคหรือกลุ่มการเมืองต่างๆ	4.04	0.90	เห็นด้วยมาก
เป็นนักการเมืองอิสระ	3.68	0.98	เห็นด้วยมาก
สังกัดพรรคการเมือง	3.15	1.00	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	4.21	0.74	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของนักการเมือง โดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของนักการเมืองต้องมามีวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 รองลงมาคือมีทักษะในการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และลำดับสุดท้ายคือสังกัดพรรคการเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ตาราง 4.19 ความถี่และค่าร้อยละในเลือกนักการเมืองจากพรรคการเมือง

n=416

พรรคการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อไทย	60	14.42
พลังประชารัฐ	8	1.92
ก้าวไกล	159	38.22

ตาราง 4.19 ความถี่และค่าร้อยละในเลือกนักการเมืองจากพรรคการเมือง (ต่อ)

n=416

พรรคการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กล้า	11	2.64
ชาติไทยพัฒนา	9	2.16
ไม่เลือกเลย	169	40.63
รวม	416	100

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เลือกนักการเมืองจากพรรคเพื่อไทย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.42 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกนักการเมืองจากพรรคพลังประชารัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.92 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกนักการเมืองจากพรรคก้าวไกล จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกนักการเมืองจากพรรคกล้า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.64 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกนักการเมืองจากพรรคชาติไทยพัฒนา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.16 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกนักการเมืองจากพรรคใดเลย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.63

ตาราง 4.20 ความถี่และค่าร้อยละในเลือกนักการเมืองที่เหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี

n=416

นักการเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา	8	1.92
นางสาว แพทองธาร ชินวัตร	5	1.20
นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์	108	25.96
นายกรณ์ จาติกวณิช	13	3.13
พล.ต.อ. เสรีพิศุทธิ์ เตมียาเวส	7	1.68
นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	225	54.09
นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์	19	4.57
ไม่เลือกใครเลย และไม่มีผู้ใดเหมาะสม	31	7.45
รวม	416	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมดจำนวน 416 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นนายกรัฐมนตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 54.09 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างที่เลือกนายพิชา ลิ้มเจริญรัตน์ เป็นนายกรัฐมนตรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25.96 และลำดับสุดท้ายคือเลือกนางสาว แพทองธาร ชินวัตรเป็นนายกรัฐมนตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ตาราง 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับนโยบายทางการเมือง

นโยบายทางการเมือง	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์	2.61	1.18	เห็นด้วยปานกลาง
เน้นความมั่นคง ความปลอดภัย และความสงบสุขของประเทศ	4.18	1.00	เห็นด้วยมาก
สวัสดิการแห่งรัฐ เช่น บัตรคนจน คนละครึ่ง	3.41	1.22	เห็นด้วยมาก
เน้นแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปากท้องประชาชน	4.71	0.77	เห็นด้วยมากที่สุด
ส่งเสริมประชาธิปไตย ต่อต้านเผด็จการ	4.47	0.87	เห็นด้วยมากที่สุด
พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบขนส่งมวลชน สาธารณสุข การศึกษา	4.73	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด
ประกันรายได้เกษตรกร แรงงาน ราคาพืชผลการเกษตร	4.12	1.12	เห็นด้วยมาก
เน้นการดูแลเศรษฐกิจและคนในท้องถิ่น	4.63	0.83	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.11	0.97	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีความคิดเห็นต่อนโยบายทางการเมือง โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับนโยบายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบขนส่งมวลชน สาธารณสุข การศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาคือนโยบายที่เน้นแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปากท้องประชาชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และลำดับสุดท้ายคือนโยบายปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T- Test เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ

ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยวิธี T-Test วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.22 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ

n=416						
เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)	
ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ชาย	194	4.14	0.43	-0.734	0.46
	หญิง	222	4.18	0.50		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.22 พบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกจากเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามเพศ

n=416						
เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)	
ด้านความจริงใจ	ชาย	194	4.18	0.46	0.553	0.58
	หญิง	222	4.16	0.54		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.23 พบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ด้านความจริงใจ โดยจำแนกจากเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามเพศ

n=416

	เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
ด้านความน่าสนใจ	ชาย	194	4.10	0.52	-0.219	0.83
	หญิง	222	4.11	0.56		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.24 พบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ด้านความน่าสนใจ โดยจำแนกจากเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามเพศ

n=416

	เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
ด้านความสามารถ	ชาย	194	4.37	0.55	-0.821	0.41
	หญิง	222	4.41	0.59		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.25 พบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความสามารถ โดยจำแนกจากเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจ
 ภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามเพศ

n=416

	เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์	ชาย	194	3.66	0.43	-0.479	0.63
	หญิง	222	3.68	0.78		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.26 พบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความ
 หลูหรา มีสเน่ห์ โดยจำแนกจากเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการสำรวจ
 ภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความอดทน (Ruggedness) โดยจำแนกตามเพศ

n=416

	เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
ด้านความอดทน	ชาย	194	4.41	0.59	-1.856	0.06
	หญิง	222	4.52	0.58		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.27 พบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความ
 อดทน โดยจำแนกจากเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T- Test เกี่ยวกับการเลือกนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ

ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยวิธี T-Test วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับการเลือกนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ

n=416						
	เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
การเลือกนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์	ชาย	194	4.31	0.76	-0.869	0.39
	หญิง	222	4.36	0.60		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.28 พบว่า ผลการเปรียบเทียบการเลือกนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่าสถิติ T-Test เกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงบวก และพูดถึงนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี โดยจำแนกตามเพศ

n=416						
	เพศ	จำนวน (คน)	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
ความคิดเห็นเชิงบวก และพูดถึง นายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี	ชาย	194	4.50	0.69	-0.410	0.68
	หญิง	222	4.53	0.65		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.29 พบว่า ผลการเปรียบเทียบเกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงบวก และพูดถึงนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี โดยจำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.7 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้วยวิธี Oneway ANOVA โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกเป็นรายคู่ ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยวิธี Oneway ANOVA วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416						
		Mean				
	อายุ (I)	อายุ (J)	Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
การเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	24-41 ปี	น้อยกว่า 23 ปี	0.36964*	0.040	6.584	0.000
		42-56 ปี	0.37255*	0.003		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามกลุ่มอายุมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่ โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 24-41 ปี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี และอายุ 42-56 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I)	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
การเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ต่ำกว่า 20,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	0.53329*	0.004	8.550	0.000
	20,001 – 40,000 บาท		0.55473*	0.000		
	40,001 – 60,000 บาท		0.74122*	0.000		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

	อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
การเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ธุรกิจ	นิสิต/นักศึกษา	0.53801*	0.016	4.367	0.005
	ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0.35238*	0.019		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่ โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต/นักศึกษา และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้วยวิธี Oneway ANOVA โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	อายุ (I)	อายุ (J)	Mean			
			Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
ด้านความจริงใจ (Sincerity)	มากกว่า 56 ปี	น้อยกว่า 23 ปี	0.79808*	0.001	7.175	0.000
		24-41 ปี	0.55494*	0.019		
		42-56 ปี	0.75568*	0.001		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ โดยจำแนกตามกลุ่มอายุมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่อายุมากกว่า 56 ปี มีความคิดเห็น

เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี อายุ 24-41 ปี และอายุ 42-56 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย	Mean	Sig.	F	Sig
	ต่อเดือน (I)	ต่อเดือน (J)	Difference (I-J)			
ด้านความจริงใจ (Sincerity)	20,001 – 40,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	0.36000*	0.000	6.239	0.000
	40,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 80,001 บาท	0.24763*	0.005		
	40,001 – 60,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	0.27715*	0.045		
	60,001 – 80,000 บาท	80,001 บาท				

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,001 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ (Sincerity) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
ด้านความจริงใจ (Sincerity)	สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาโท- ปริญญาเอก	0.24267*	0.026	3.513	0.031

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ โดยจำแนกตามระดับการศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความจริงใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท-ปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	อายุ (I)	อายุ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
ด้านความน่าสนใจ (Exciting)	24-41 ปี	น้อยกว่า 23 ปี	0.31700*	0.021	7.067	0.000

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ต่อ)

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	อายุ (I)	อายุ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
		42-56 ปี	0.24507*	0.024		
	มากกว่า 56 ปี	น้อยกว่า 23 ปี	0.74725*	0.006		
		24-41 ปี	0.67532*	0.011		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ โดยจำแนกตามกลุ่มอายุมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 24-41 ปี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี และอายุ 42-56 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 56 ปี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี และอายุ 42-56 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean	Sig.	F	Sig
			Difference (I-J)			
ด้านความน่าสนใจ (Exciting)	สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี	0.22885*	0.041	3.372	0.035

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ โดยจำแนกตามระดับการศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษิต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean	Sig.	F	Sig
			Difference (I-J)			
ด้านความน่าสนใจ (Exciting)	พนักงาน บริษัทเอกชน	นิสิต/นักศึกษา	0.34264*	0.033	14.342	0.000

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ (Exciting) โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ต่อ)

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0.20415*	0.017		
	ธุรกิจ	นิสิต/นักศึกษา	0.67168*	0.000		
	ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัทเอกชน ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0.32904* 0.53319*	0.000 0.000		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ โดยจำแนกตามอาชีพมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีนิสิต/นักศึกษา และ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีนิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย	Mean	Sig.	F	Sig
	ต่อเดือน (I)	ต่อเดือน (J)	Difference (I-J)			
ด้านความสามารถ (Competence)	20,001 –					
	40,000 บาท	60,001 –	0.45458*	0.000	5.285	0.000
	40,001 –	80,000 บาท				
	60,000 บาท		0.41134*	0.003		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายซัชชาติ สิทธิพันธุ์	อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
ด้านความสามารถ (Competence)	พนักงาน		0.37379*	0.034	5.025	0.002
	บริษัทเอกชน	นิสิต/ นักศึกษา				
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ค้าขาย		0.57143*	0.001		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถ โดยจำแนกตามอาชีพมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีนิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายซัชชาติ สิทธิพันธุ์	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (I)	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication)	ต่ำกว่า 20,000 บาท	มากกว่า 80,001 บาท	0.40728*	0.012	4.618	0.001

ตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ต่อ)

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย	Mean	Sig.	F	Sig
	ต่อเดือน	ต่อเดือน	Difference			
	(I)	(J)	(I-J)			
	20,001 – 40,000 บาท		0.28882*	0.014		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ระดับ	ระดับ	Mean	Sig.	F	Sig
	การศึกษา (I)	การศึกษา (J)	Difference (I-J)			
ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication)	สำเร็จ	สำเร็จ				
	การศึกษาค่ำ กว่าระดับ ปริญญาตรี	การศึกษาระดับ ปริญญาตรี	0.34469*	0.005	5.471	0.005

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความน่าสนใจ โดยจำแนกตามระดับการศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างรายได้เฉลี่ยกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ด้านความอดทน (Ruggedness) โดยจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	รายได้เฉลี่ย	รายได้เฉลี่ย	Mean	Sig.	F	Sig
	ต่อเดือน (I)	ต่อเดือน (J)	Difference (I-J)			
ด้านความอดทน (Ruggedness)	20,001 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	0.24938*	0.012		
	มากกว่า 80,001 บาท	40,001 – 60,000 บาท	0.39663*	0.000	5.925	0.000
		60,001 – 80,000 บาท	0.40187*	0.007		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,001 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน (Ruggedness) โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ระดับการศึกษา (I)	ระดับการศึกษา (J)	Mean Difference (I-J)	Sig.	F	Sig
ด้านความอดทน (Ruggedness)	สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	สำเร็จการศึกษา	0.27615*	0.018	3.916	0.021
		ระดับปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	สำเร็จการศึกษา				
		ระดับปริญญาโท- ปริญญาเอก	0.27012*	0.038		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน โดยจำแนกตามระดับการศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษิต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท-ปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความสามารถ (Competence) โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

n = 416

ภาพลักษณ์ของ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	อาชีพ (I)	อาชีพ (J)	Mean		F	Sig
			Difference (I-J)	Sig.		
ด้านความอดทน (Ruggedness)	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน	0.20547*	0.039	8.310	0.000
		รัฐวิสาหกิจ				
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัทเอกชน	0.29417*	0.003		
		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0.49964*	0.000		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบด้วยวิธี Oneway ANOVA พบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี Bonferroni พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในด้านความอดทนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.9 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.9.1 การวิเคราะห์หาอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Regression Analysis) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
0.688	0.474	0.468	0.49283		
Oneway ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	88.958	4	22.240		
Residual	98.853	407	0.243	91.566	0.000
Total	187.811	411			
Coefficients					
Model	Standardized Coefficients			t	Sig.
	Beta				
(Constant)				1.129	0.260
ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม		-0.005		-0.108	0.914
ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม		0.085		1.998	0.046
ปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน		-0.056		-1.199	0.231
ปัจจัยภาพลักษณ์		0.678		16.344	0.000

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยวิธีถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ค่า R Square มีค่าเท่ากับ 0.474 หมายถึงตัวแปรต้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามในด้านการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้ร้อยละ 47.40 โดยจากผลการวิเคราะห์ของ F มีค่าเท่ากับ 91.566 และมีค่า Sig. 0.000 แสดงว่าตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

4.9.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H0: บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H1: บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

โดยจากตารางที่ 4.49 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อพิจารณาจากตาราง Coefficients พบว่า บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิเลือกตั้งต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.231 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน (ยอมรับ H0) หมายความว่า บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H0: ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H2: ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

โดยจากตารางที่ 4.46 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อพิจารณาจากตาราง Coefficients

พบว่า ปัจจัยด้านอุดมคตินิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.914 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน (ยอมรับ H0) หมายความว่า ปัจจัยด้านอุดมคตินิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H0: ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

H3: ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

โดยจากตารางที่ 4.46 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อพิจารณาจากตาราง Coefficients พบว่า ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน (ยอมรับ H3) หมายความว่า ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

สมมติฐานที่ 4 : ภาพลักษณ์ (Brand Image) ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H0: ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (Brand Image) ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

H4: ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (Brand Image) ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

โดยจากตารางที่ 4.46 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อพิจารณาจากตาราง Coefficients พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน (ยอมรับ

H4) หมายความว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (β) เท่ากับ 0.678 หมายความว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
0.631	0.398	0.395	0.31948		
Oneway ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	27.570	2	13.785	135.061	0.000
Residual	41.744	409	0.102		
Total	69.314	411			
Coefficients					
Model	Standardized Coefficients			t	Sig.
	Beta				
(Constant)				10.217	0.000
ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม		0.393		9.593	0.000
ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม		0.374		9.113	0.000

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยวิธีถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ค่า R Square มีค่าเท่ากับ 0.398 หมายถึงตัวแปรต้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามในด้านของบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน ได้ร้อยละ 39.80 โดยจากการวิเคราะห์ของ F มีค่าเท่ากับ 135.061 และมีค่า Sig. 0.000 แสดงว่าตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสามารถตอบสมมติฐานที่ตั้งต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 5 : ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับ
บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)**

H0: ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)

H5: ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)

โดยจากตารางที่ 4.47 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อพิจารณาจากตาราง Coefficients พบว่า ปัจจัยสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน (ยอมรับ H5) หมายความว่า ปัจจัยสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (β) เท่ากับ 0.374 หมายความว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

**สมมติฐานที่ 6 : ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับ
บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)**

H0: ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)

H6: ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)

โดยจากตารางที่ 4.47 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อพิจารณาจากตาราง Coefficients พบว่า ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน (ยอมรับ H6) หมายความว่า ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีค่าสัมประสิทธิ์การ

ถดถอยของตัวแปรอิสระ (β) เท่ากับ 0.393 หมายความว่าปัจจัยอุดมคตินิยมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

4.10 สรุปสมมติฐานงานวิจัย

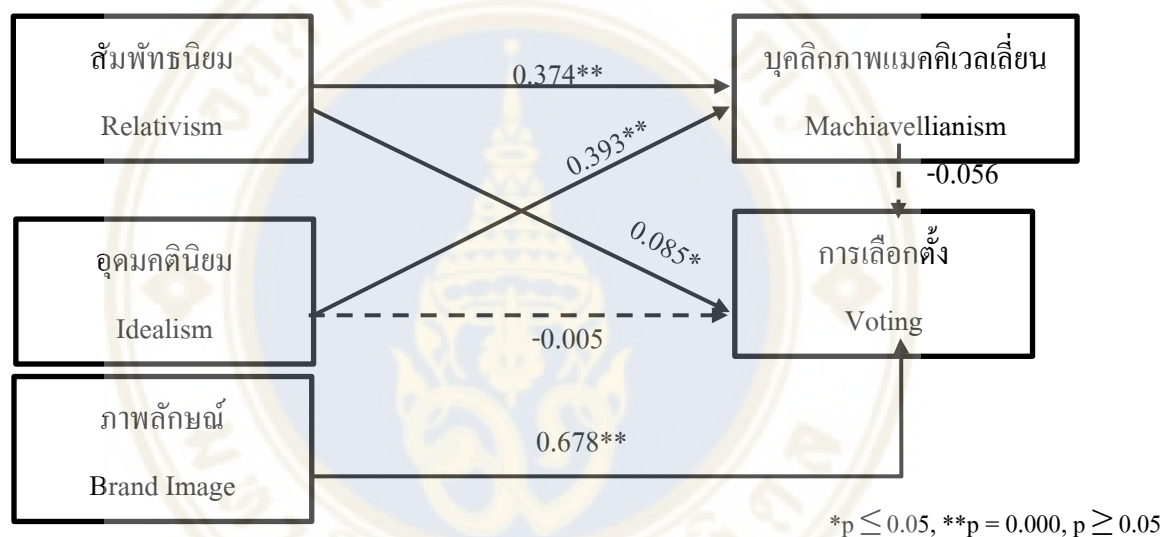
จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผู้วิจัยสามารถสรุปสมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 4.48 สรุปผลวิเคราะห์ ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 (H1) บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2 (H2) ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3 (H3) ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 (H4) ปัจจัยภาพลักษณ์ (Brand Image) ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 (H5) ปัจจัยสัมพัทธนิยม (Relativism) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)	ยอมรับ

ตารางที่ 4.48 สรุปผลวิเคราะห์ ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม ด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยอุดมคตินิยม (Idealism) ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง	
สมมติฐานที่ 6 (H6) มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machiavellianism)	ยอมรับ



รูปภาพที่ 4.1 ภาพสรุปผลการวิจัย

บทที่ 5

อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง และปัจจัยการตลาดการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ซึ่งปัจจัยของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งประกอบด้วย ปัจจัยอุดมคตินิยม ปัจจัยสัมพัทธนิยม ปัจจัยด้านบุคลิกภาพแบบแมคคิเวลเลียน และปัจจัยทางการตลาดด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความสำเร็จ และทำความเข้าใจรูปแบบการตลาดการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ รวมถึงเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดการเมืองของนักการเมือง หรือนักการตลาด ที่อยู่ในแวดวงการเมือง นำไปใช้เป็นแนวทางในการแสวงหาความนิยมทางการเมืองต่อไป และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือนักการเมืองต่อไปโดยการนำเสนอผลการศึกษานำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในหัวข้อเรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์” สรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามีทั้งหมด 487 ตัวอย่าง หลังจากคัดกรองข้อมูลแล้วพบว่า มีข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสามารถวิเคราะห์ในงานวิจัยได้จำนวน 416 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชาย 194

คน เพศหญิง 222 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24 - 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 81.49 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.39 กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 62.98 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 63.94

5.1.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านอุดมคตินิยมมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการกระทำอันใดหากสามารถทำร้ายผู้บริสุทธิ์ได้สิ่งนั้นย่อมไม่ควรกระทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 การทำร้ายจิตใจหรือร่างกายของผู้อื่นเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และ การกระทำใดๆ ที่อาจคุกคามศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพของบุคคลอื่นในทางใดทางหนึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65

ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าศีลธรรมมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสังคมนั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ข้อกำหนดทางจริยธรรมที่เป็นตัวชี้วัดว่าการกระทำนั้นถูกต้องหรือไม่ ส่งผลกระทบต่อเรื่องมนุษยสัมพันธ์ และการพยายามปรับตัวของบุคคลให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และมาตรฐานทางศีลธรรมควรถูกมองว่าเป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สิ่งที่บุคคลหนึ่งเห็นว่าถูกต้องตามหลักศีลธรรม อาจถูกมองว่าผิดศีลธรรมโดยบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนมีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านักการเมืองที่ต้องการความก้าวหน้าหรือการเติบโตในหน้าที่การงานควรจะต้องมีความเที่ยงตรงและใช้ชีวิตตามหลักศีลธรรมอันดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความซื่อสัตย์เป็นเรื่องที่ดีที่สุดในทุกกรณี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และการถ่อมตัวและซื่อสัตย์ ย่อมดีกว่าที่จะทำตัวเป็นคนสำคัญและไม่ซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

5.1.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านปัจจัยภาพลักษณ์ ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ ด้านความน่าสนใจ ด้านความสามารถ ด้านความหรรษา มีเสน่ห์ และด้านความอดทน โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความจริงใจ มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นคนรักครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 มีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และเป็นคนติดดิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีความอินทرنด์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เป็นคนกล้าหาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และมีความเป็นอิสระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถ มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นคนทำงานหนัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 มีความเป็นผู้นำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความหรรษา มีเสน่ห์ มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นคนอ่อนโยน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีความดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และมีเสน่ห์ น่าหลงใหล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความอดทน มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นคนชอบทำกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีความเข้มแข็งเป็นลูกผู้ชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และมีความอดทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

5.1.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า การเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกและพูดถึงนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในทางที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 หากนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ลงสมัครรับเลือกตั้งในครั้งหน้าจะเลือกอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และจะแนะนำให้คนอื่นเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการเลือกตั้งครั้งหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

5.1.5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักการเมืองและนโยบายทางการเมือง โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ด้านคุณสมบัติของนักการเมือง มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่านักการเมืองควรมีวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 มีทักษะในการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และมีความสามารถในการบริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75

ด้านนโยบายทางการเมือง มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับนโยบายการเมืองเรื่องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบขนส่งมวลชน สาธารณสุข การศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ควรเน้นการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปากท้องประชาชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และควรเน้นการดูแลเศรษฐกิจและคนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

5.1.6 พฤติกรรมการเลือกพรรคการเมือง และนักการเมืองที่เหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 416 ตัวอย่าง ในครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกพรรคการเมือง และนักการเมืองที่เหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ด้านพรรคการเมือง กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกนักการเมืองจากพรรคใดเลย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.63 เลือกนักการเมืองจากพรรคก้าวไกล จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22 และเลือกนักการเมืองจากพรรคเพื่อไทย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.42

ด้านการเลือกนักการเมืองที่เหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี กลุ่มตัวอย่างเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นนายกรัฐมนตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 54.09 เลือกนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ เป็นนายกรัฐมนตรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25.96 ไม่เลือกใครเลย และไม่มีผู้ใดเหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.45

5.1.7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านเพศที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเพศชายไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยสามารถจำแนกออกมาได้ดังนี้

ปัจจัยภาพลักษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ปัจจัยด้านการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 24-41 ปี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี และอายุ 42-56 ปี

5.1.9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยสามารถจำแนกออกมาได้ดังนี้

ปัจจัยภาพลักษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท

ปัจจัยด้านการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาท

5.1.10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอาชีพที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยสามารถจำแนกออกมาได้ดังนี้

ปัจจัยภาพลักษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ปัจจัยด้านการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ พบว่ากลุ่มธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต/นักศึกษา และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5.1.11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อภาพลักษณ์ และการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยสามารถจำแนกออกมาได้ดังนี้

ปัจจัยภาพลักษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

ปัจจัยด้านการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

5.1.12 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาจิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ อธิบายผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม ปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ สามารถอธิบายการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 47.40 และสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน ไม่มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านอุดมคตินิยม มีผลต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์” สามารถอภิปรายผลโดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความสำเร็จ และทำความเข้าใจรูปแบบการตลาดการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ รวมถึงเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดการเมืองของนักการเมือง หรือนักการตลาด ที่อยู่ในแวดวงการเมือง นำไปใช้เป็นแนวทางในการแสวงหาความนิยมทางการเมืองต่อไป และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือนักการเมืองต่อไป โดยอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ปัจจัยด้านสัมพัทธนิยม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอุดมคตินิยม โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยคิดว่าการทำร้ายผู้บริสุทธิ์ทั้งทางจิตใจหรือร่างกาย รวมถึงการกระทำใดๆ ที่อาจถูกคามศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพของบุคคลเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง ในส่วนของปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่าศีลธรรมมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสังคม และปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยคิดว่านักการเมืองที่ต้องการความก้าวหน้าหรือการเติบโตในหน้าที่การงานควรจะต้องมีความเที่ยงตรงและใช้ชีวิตตามหลักศีลธรรมอันดี และมีความซื่อสัตย์ ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Esen Gurbuz และ Esra Eris (2016) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการเลือกตั้ง กรณีศึกษาประเทศตุรกี โดยได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งชาวตุรกี ที่มีต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยพบว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านของบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 ด้านอุดมคตินิยมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 และด้านสัมพัทธนิยมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 จึงสรุปได้ว่าผู้ให้คะแนนเสียงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของอุดมคตินิยมของนักการเมืองมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยของสัมพัทธนิยม และบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน อยู่ในระดับปานกลาง

5.2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านอุดมคตินิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยอุดมคติของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ แม้ว่านักการเมืองจะมีลักษณะที่ตรงตามอุดมคตินิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง แต่หากมีพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสวัสดิภาพของประชาชน เช่น การคุกคามศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพของประชาชน หรือกำหนดนโยบายที่อาจส่งผลกระทบต่อประชาชนผู้บริโภค เป็นสิ่งที่นักการเมืองไม่ควรกระทำ เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Esen Gurbuz และ Esra Eris (2016) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการเลือกตั้ง กรณีศึกษาประเทศตุรกี พบว่าปัจจัยอุดมคตินิยมไม่มีผลต่อการเลือกตั้งด้วยเช่นกัน แต่ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Andries et al. (2009) ที่ได้ศึกษาเรื่องความกังวลทางการเมืองกับอุดมคตินิยมที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบของผู้นำทางการเมืองในประเทศอินโดนีเซีย โดยได้ศึกษาความสัมพันธ์ของ 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์ ปัจจัยด้านความกังวลทางการเมือง และปัจจัยอุดมคตินิยม ต่อการเลือกรูปแบบของผู้นำทางการเมือง ในกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุระหว่าง 19 – 25 ปี โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความกังวลทางการเมือง และปัจจัยอุดมคตินิยม มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (β) เท่ากับ 0.393 เท่ากันทั้ง 2 ตัวแปร ในขณะที่ตัวแปรด้านความซื่อสัตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก แต่มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (β) เท่ากับ 0.09 หมายความว่าความกังวลในทางการเมืองและอุดมคตินิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความสำคัญต่อการเลือกนักการเมืองมากกว่าปัจจัยด้านความซื่อสัตย์ และแม้ว่าปัจจัยด้านความซื่อสัตย์จะส่งผลน้อยกว่าแต่นักการเมืองก็ควรจะต้องตระหนักถึงทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ร่วมกัน และผลการศึกษายังแตกต่างกับผลการศึกษาของ Arne

and Alian (2009) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวางแนวทางการเมืองของนักการเมืองในอุดมคติ ผลกระทบของอุดมการณ์ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอุดมคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกตั้ง โดยผู้มีสิทธิเลือกตั้งเห็นด้วยว่านักการเมืองที่มีลักษณะตรงตามที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งต้องการเท่านั้น จึงจะเป็นนักการเมืองที่เหมาะสมที่จะได้รับการเลือกตั้ง

5.2.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าศีลธรรมเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและเป็นปัจเจกขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสังคมนั้นๆ ไม่สามารถนำมาเป็นมาตรฐานให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ Oliver and Peter (2007) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ตำแหน่งทางจริยธรรมและการตลาดทางการเมือง ความตระหนักด้านจริยธรรมและข้อกังวลของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในสหราชอาณาจักร โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสัมพัทธนิยมด้านศีลธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกผู้นำทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่ามาตรฐานทางศีลธรรมขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคลของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่จะตัดสินใจว่าจะอะไรถูกหรืออะไรผิด และผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง และสอดคล้องกับ Murray (2005) ที่ได้ศึกษาเรื่องมิติการรับรู้ทางการเมือง ของปัจจัยสัมพัทธนิยมและปัจจัยด้านเหตุผล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสัมพัทธนิยมและปัจจัยด้านเหตุผลว่ามีความสัมพันธ์กับความคิดทางการเมืองหรือไม่ โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสัมพัทธนิยมและปัจจัยด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดเห็นทางการเมือง โดยปัจจัยด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์ต่อการเมืองในรูปแบบประชาธิปไตย และปัจจัยสัมพัทธนิยมมีความคิดเห็นต่อการเมืองในรูปแบบเผด็จการ

5.2.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนซึ่งเป็นบุคลิกที่บุคคลที่สามารถทำทุกอย่างโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนเป็นหลัก โดยมีได้คำนึงถึงหลักศีลธรรมหรือความถูกต้อง ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ พบว่าบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกตั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับ

ความคิดเห็นในเรื่องนักการเมืองที่ต้องการความก้าวหน้าหรือการเติบโตในหน้าที่การงานควรจะต้องมีความเที่ยงตรง ใช้ชีวิตตามหลักศีลธรรมอันดี และต้องมีความซื่อสัตย์มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Esen Gurbuz และ Esra Eris (2016) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพันธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการเลือกตั้ง กรณีศึกษาประเทศตุรกี พบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งไม่มีผลต่อการเลือกตั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าไม่ควรนำเอาความคิดเห็นส่วนตัวในเรื่องของศีลธรรมมาตัดสินหรือกำหนดทิศทางในการเลือกตั้ง แต่แตกต่างจากการศึกษาของ Edward, Christopher, Philip, and Julie (2021) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมด้านมืด (The Dark Triad) ได้แก่ บุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน (Machivellianism) บุคลิกภาพนาร์ซิสซิส (Narcissism) และบุคลิกภาพไซโคพาธิ (psychopathy) โดยพบว่าบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการวางแผนทางทางการเมือง และความสนใจเกี่ยวกับการเมืองอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยผลการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนเป็นเพียงแค่ค่านิยมดั้งเดิมทางศาสนาที่ล้าสมัยของกลุ่มคนอนุรักษ์นิยมที่ต้องการรักษาศีลธรรมอันดีให้คงอยู่ในสังคม ต้องการแสดงจุดยืนทางศีลธรรมเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ในทางการเมืองได้ และแตกต่างจากการศึกษาของ Arne and Alian (2009) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวางแผนทางการเมืองของนักการเมืองในอุดมคติ ผลกระทบของอุดมการณ์ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง โดยผลการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวทางการเมืองของนักการเมือง โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพได้กลายเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเมืองและผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมากที่สุด โดยมองว่าสติปัญญาและความเฉลียวฉลาดเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของนักการเมืองมากกว่าที่จะมองว่านักการเมืองมีมโนธรรมหรือมีแนวทางในการทำงานทางการเมืองอย่างไร และคิดว่าความเฉลียวฉลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของนักการเมืองในการสร้างคะแนนนิยม

5.2.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านสัมพันธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ที่มีผลต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านสัมพันธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่มีผลต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านสัมพันธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอุดมคตินิยมในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสัมพันธนิยมในระดับ

ปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Esen Gurbuz และ Esra Eris (2016) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านอุดมคตินิยม ด้านสัมพัทธนิยม หรือด้านบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน มีผลต่อการเลือกตั้ง กรณีศึกษาประเทศตุรกี พบว่า ปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอุดมคตินิยมในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 3.75 และมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ย 3.37 โดยจากผลการศึกษาที่สอดคล้องกับทฤษฎีของ Forsyth et al. (1980) ที่ได้กำหนดตำแหน่งทางจริยธรรมทั้ง 4 ตำแหน่งได้แก่ ตำแหน่งอนุรักษนิยม (อุดมคตินิยมต่ำ, สัมพัทธนิยมต่ำ) ตำแหน่งอัตวิสัยนิยม (อุดมคตินิยมต่ำ, สัมพัทธนิยมสูง) ตำแหน่งสัมบูรณ์นิยม (อุดมคตินิยมสูง, สัมพัทธนิยมต่ำ) และตำแหน่งสถานการณ์นิยม (อุดมคตินิยมสูง, สัมพัทธนิยมสูง) โดยผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่าสอดคล้องกับตำแหน่งสัมบูรณ์นิยม คือมีอุดมคตินิยมสูง และมีสัมพัทธนิยมต่ำ ซึ่งอธิบายได้ว่าบุคคลไม่ควรตัดสินใจด้วยความคิดเห็นส่วนตัว ควรที่จะศึกษาความคิดของผู้อื่นเพื่อให้เข้าใจถึงปัญหา หรือเงื่อนไขต่างๆ อย่างถ่องแท้ ก่อนตัดสินใจกระทำการ และมีความเชื่อมั่นในคุณธรรม ดำเนินชีวิตหรือกระทำการให้ถูกหลักศีลธรรมอันดี มากกว่าความปรารถนาที่จะบรรลุเป้าหมายส่วนตัว ในทางการเมืองนักการเมืองหรือพรรคการเมืองต้องให้ความสำคัญกับทั้งปัจจัยด้านอุดมคตินิยม และปัจจัยด้านสัมพัทธนิยมเพื่อรักษาคะแนนนิยม มีการสื่อสารอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดความคิดเห็นเชิงลบ ให้ความสำคัญกับประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว และคำนึงอยู่เสมอว่าผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งนั้นมีมาตรฐานทางจริยธรรมที่เป็นปัจเจก การสื่อสารหรือการกระทำที่ขาดความระมัดระวังอาจส่งผลเสียต่อคะแนนนิยมของนักการเมืองหรือพรรคการเมือง

5.2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัจจัยภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ทั้งด้านความจริงใจ ด้านความน่าสนใจ ด้านความสามารถ ด้านความหรูหรา มีเสน่ห์ และด้านความอดทน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านความสามารถมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยที่นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์เป็นคนที่ทำงานหนัก มีความเป็นผู้นำสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Elen Atanesyan (2019) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองในประเทศอาร์เมเนีย เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ จะเห็นได้ว่าการสร้างตราสินค้าทางการเมืองมีความเชื่อมโยงอย่างมากกับความสำเร็ของนักการเมือง ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก

ที่สุดในการสร้างตราสินค้าทางการเมืองคือการสร้างภาพลักษณ์ โดยปัจจัยและคุณสมบัติที่มีประสิทธิภาพสูงสุดบางประการที่นักการเมืองชาวอาร์เมเนียใช้คือความรู้ ความถูกต้องโปร่งใส สามารถเข้าถึงได้ ความเอาใจใส่ และความสัมพันธ์อันดี สิ่งเหล่านี้คือคุณสมบัติที่ดีในการสร้างตัวตนทางการเมืองของนักการเมือง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Dalia Abdelrahman Farrang (2013) ที่ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ทางการเมือง กรณีศึกษาการเลือกตั้งประธานาธิบดี ของสาธารณรัฐอาหรับอียิปต์ในปี 2012 และค้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ในด้านของความจริงจังมากที่สุด โดยผู้นำประเทศควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความร่าเริง คิดดี และควรมีอารมณ์อ่อนไหว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่มีความคิดเห็นว่าผู้นำของประเทศควรมีภาพลักษณ์ ในด้านความสามารถ

5.2.7 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีผลต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Elen Atanesyan (2019) การสร้างตราสินค้าทางการเมืองมีความเชื่อมโยงอย่างมากกับความสำเร็จของนักการเมือง กล่าวได้ว่าการสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Branding) เป็นแนวคิดที่เทคนิคเฉพาะหลายอย่างที่ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์ทางการเมืองที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Sigge Winther Nielsen (2016) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวัดแบรนด์ทางการเมือง ศิลปะและศาสตร์ทางความคิด โดยได้ทำการศึกษาถึงพรรคการเมืองและผู้มีสิทธิเลือกตั้งว่าสามารถเชื่อมโยงความคิดกับแบรนด์ทางการเมืองได้หรือไม่ โดยผลการศึกษาพบว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องตราสินค้าทางการเมือง และคุณค่าของตราสินค้าของพรรคการเมืองมีความสัมพันธ์กับความเห็นอกเห็นใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีต่อพรรคการเมือง

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมือง

จากการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ครั่งล่าสุดที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการทำการตลาดที่เชื่อมโยงกับการเมืองและมีผลเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในเรื่อง

ของภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่มักถูกจับตามองตั้งแต่เริ่มประกาศตัวว่าจะลงสมัครรับเลือกตั้ง โดยต้องเป็นภาพลักษณ์ที่สะท้อนตัวตนของนักการเมืองในแง่มุมที่สร้างความประทับใจและเพิ่มคะแนนนิยม เพื่อให้เกิด “การเลือก” ซึ่งเปรียบได้กับ “การตัดสินใจซื้อ” ทางการตลาด โดยภาพลักษณ์ของนักการเมืองนั้นจะต้องทำอย่างสม่ำเสมอและใช้เวลาเช่นเดียวกับการ “สร้างแบรนด์สินค้า” ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในด้านของกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองดังนี้

1. กลยุทธ์เพิ่มภาพลักษณ์นักบริหาร ลดภาพลักษณ์นักการเมือง ในอดีตที่ผ่านมาคนมักคุ้นชินกับนักการเมืองที่มีภาพลักษณ์ของรัฐมนตรีหรือบุคคลภายในระบบราชการซึ่งมีภาพลักษณ์ที่เข้าถึงยาก มีรูปแบบการทำงานที่เชื่องช้า และการแก้ปัญหาบ้านเมืองจะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ มากมาย ดังนั้นนักการเมืองควรมีภาพลักษณ์ของนักบริหารที่สามารถเข้ามาจัดการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับบ้านเมืองได้อย่างทันท่วงที และต้องมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นโดยเฉพาะในเรื่องของความสามารถในการทำงานด้านการบริหาร มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีทักษะในการสื่อสาร แสดงให้เห็นถึงการทุ่มเททำงานอย่างหนักเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน รวมถึงต้องมีความเป็นผู้นำเพื่อนำบ้านเมืองให้พัฒนาไปอย่างล้าหน้า ตลอดจนสามารถทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้ดี ไม่เพียงแต่หน่วยงานของภาครัฐ ภาคธุรกิจ แต่ยังต้องทำงานร่วมกับภาคประชาชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

2. กลยุทธ์สร้างความรู้สึกรักของการเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า (Brand Citizenship) โดยนักการเมืองควรมีภาพลักษณ์ที่เข้าถึงง่าย และรู้สึกได้เป็นส่วนหนึ่งทางการเมือง เปรียบเสมือนเป็นนักการเมืองคือคนธรรมดาคนหนึ่งที่สามารถทำกิจกรรมได้ไม่ต่างจากคนทั่วไป มีภาพลักษณ์ที่เป็นคนดีคนดี ถ้ายทอดตัวตนในมุมมองของคนธรรมดาให้ประชาชนได้รับรู้ เช่น การทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน การเปิดเผยถึงเรื่องราวต่างๆ ทั้งชีวิตส่วนตัว เปิดเผยการทำงานในทุกๆ แง่มุม โดยหาโอกาสในการถ่ายทอดตัวตนที่ให้ประชาชนได้รับรู้อยู่เสมอ ทำให้ประชาชนรู้สึกมีส่วนร่วม สร้างความคุ้นเคย และความไว้วางใจ ซึ่งกลยุทธ์นี้จะช่วยทำให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี และได้รับความไว้วางใจจากประชาชน และอาจส่งผลต่อคะแนนนิยมในการเลือกตั้ง

5.3.2 กลยุทธ์การสื่อสารของนักการเมืองหรือพรรคการเมืองตามหลักจิตวิทยาแนวคิดสัมพัทธนิยม

แนวคิดสัมพัทธนิยมเป็นแนวคิดที่เชื่อว่าสิ่งต่างๆ สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลา และสถานที่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบความคิดความเชื่อ และโลกทัศน์ของคนแต่ละกลุ่มสังคม หรือสภาพแวดล้อมของสังคมนั้นๆ ไม่สามารถนำรูปแบบความสำเร็จของการกระทำของคนกลุ่มหนึ่ง ไปใช้

กับคนอีกกลุ่มหนึ่งได้ ซึ่งเปรียบเสมือนแนวคิด Customer Centric ทางการตลาด คือ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง หรือการมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า ด้วยการทำความเข้าใจลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างแท้จริงว่ามีความต้องการสินค้าหรือบริการแบบใดแล้วตอบสนองได้อย่างตรงจุด สำหรับการสื่อสารทางการเมือง ก่อนจะเกิดเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร จะต้องเริ่มจากการวิเคราะห์ในหลายมิติของการเมือง ทั้งความคิด อารมณ์ ความรู้สึกของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายว่ากำลังเผชิญกับปัญหาใดอยู่บ้าง หรือมีความต้องการให้นักการเมืองหรือพรรคการเมืองเข้าไปสนับสนุนในด้านใดบ้าง โดยเฉพาะในทางการเมืองของประเทศไทยที่จำเป็นจะต้องวิเคราะห์ปัญหาในระดับชุมชน จนนำมาสู่การกำหนดนโยบายทางการเมือง เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริง การสื่อสารนโยบายหรือการทำให้ประชาชนเห็นถึงความจริงใจที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหา นั้น จะต้องชัดเจน มั่นคง ตรงประเด็นที่ประชาชนต้องการ จึงจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง นอกจากนี้การเลือกใช้สื่อทางการตลาดที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายยังนับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยเวลานี้ นับเป็นยุคเปลี่ยนผ่าน (Transition Period) ที่คนต่างเจนเนอเรชั่น ต่างวัย ต่างสมัย มีการเปิดรับสื่อต่างกัน ทำให้การรับรู้ข่าวสารอาจจะไม่เท่าเทียมกัน แต่นักการเมืองนั้นจำเป็นต้องได้รับคะแนนนิยมจากคนทุกกลุ่ม จึงจำเป็นต้องใช้สื่อแบบเก่า เช่น ป้ายโฆษณา รถหาเสียง เป็นต้น และสื่อแบบใหม่ เช่น ช่องทางโซเชียลมีเดียควบคู่กันไป โดยอาจมีการประยุกต์ใช้สื่อให้เหมาะสม

5.3.3 กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์หรือนโยบายทางการเมือง

ในทางการเมืองนโยบายของนักการเมืองหรือพรรคการเมืองเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ทางการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีความต้องการนโยบายทางการเมืองเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ อาทิ เช่น ระบบขนส่งมวลชน สาธารณสุข การศึกษา เป็นต้น เพราะเป็นปัจจัยหลักพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายกับชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีมาตรฐาน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์แข็งแรง มีความเป็นอยู่ที่เหมาะสม รวมถึงนโยบายที่เน้นแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปากท้องประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับสวัสดิการที่ดีมากที่สุด โดยที่นักการเมืองหรือพรรคการเมืองจะต้องวางแผนนโยบายโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของประชาชน มีการกระจายรายได้ และการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ประชาชนยังเห็นด้วยกับนโยบายที่ส่งเสริมประชาธิปไตย ต่อต้านเผด็จการ โดยยึดประชาชนเป็น

ศูนย์กลางของการพัฒนา มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการแก้ปัญหาและการเสนอทางออกเพื่อแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการกับประชาชน

5.3.4 กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของนักการเมืองอย่างมีจริยธรรม

ในสถานการณ์ปัจจุบันหากมองผู้มีสิทธิเลือกตั้งเสมือนเป็นผู้บริโภค นั้นหมายความว่ากลุ่มคนเหล่านี้มีอำนาจในการตัดสินใจที่ซื้อหรือไม่ซื้อ จะเลือกหรือไม่เลือกนักการเมือง จากผลกระทบของยุคสมัยและเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก ทั้งช่องทางในการรับข่าวสารในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น ผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีสิทธิที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทยซึ่งมีวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม และดำเนินชีวิตโดยมีหลักศาสนาเป็นที่ตั้ง ดังนั้นในทางการตลาดการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของนักการเมืองเปรียบเสมือนการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับสินค้าหรือบริการ นักการตลาดการเมืองจะต้องคำนึงถึงข้อกำหนดทางศีลธรรมร่วมด้วย โดยการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดอย่างมีจริยธรรมของนักการเมืองนั้นควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักจริยธรรม คือ ตำแหน่งสัมบูรณ์นิยม (Absolutism) นักการเมืองจะต้องวางตัวและประพฤติตัวให้สอดคล้องกับหลักศีลธรรม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดกับทุกฝ่าย (Forsyth, 1980) ต้องมีแนวคิดสัมพันธนิยมที่ต่ำ ไม่ควรตัดสินใจด้วยความคิดเห็นส่วนตัว ควรที่จะศึกษาความคิดของผู้อื่นเพื่อให้เข้าใจถึงปัญหา หรือเงื่อนไขต่างๆ อย่างถ่องแท้ก่อนตัดสินใจกระทำการ และมีแนวคิดอุดมคตินิยมสูง คือนักการเมืองควรมั่นในคุณธรรม ดำเนินชีวิตหรือดำเนินงานทางการเมืองตามหลักศีลธรรมอันดี มากกว่าความปรารถนาที่จะบรรลุเป้าหมายทางการเมือง

5.3.5 ข้อเสนอแนะสำหรับนักการเมืองหรือพรรคการเมือง

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีต่อนักการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านภาพลักษณ์ของนักการเมือง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกตั้ง ดังนั้นนักการเมืองหรือพรรคการเมืองควรให้ความสำคัญในเรื่องของภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการหรือความคิดของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยมุ่งเน้นนำเสนอภาพลักษณ์ที่ช่วยในการพัฒนาและบริหารกิจกรรมทางการเมืองได้ โดยหากนักการเมืองหรือนักการเมืองจะนำแนวคิดด้านภาพลักษณ์นี้ไปประยุกต์ใช้ ก็ควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานการณ์ทางการเมืองหรือตำแหน่งที่ลงสมัครที่จำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติและภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกัน รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้มีสิทธิเลือกตั้งควบคู่กันไปด้วย จึงจะส่งผลต่อคะแนนนิยมของนักการเมืองหรือพรรคการเมือง

5.3.6 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

แม้ว่าภาพลักษณ์ของนักการเมืองจะเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือก แต่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งควรพิจารณาโดยรวมทั้งในเรื่องของนโยบายของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ใช้ในการหาเสียง และนโยบายในการบริหารงานของนักการเมืองหรือพรรคการเมืองนั้นๆ อย่างรอบคอบ เนื่องจากนโยบายเป็นสิ่งที่จะสะท้อนถึงความเข้าใจของนักการเมืองหรือพรรคการเมืองที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาบ้านเมืองให้ก้าวไปข้างหน้า ในขณะที่เดียวกันควรพิจารณาอย่างเป็นกลาง ไม่ควรนำเอาปัจจัยทางการเมือง เช่น ความขัดแย้ง มาตัดสินนักการเมืองหรือพรรคการเมือง แต่ควรพิจารณาหลายปัจจัยประกอบกัน เนื่องจากในบางครั้งเหตุการณ์ทางการเมืองไม่สามารถสะท้อนถึงทัศนคติหรือความสามารถของนักการเมืองได้ แต่นโยบายและทิศทางในการบริหารนั้นจะสามารถช่วยสะท้อนความเข้าใจในปัญหาของบ้านเมืองได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

จากการศึกษาเรื่อง “จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งถัดไปดังนี้

1. การเก็บข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการเก็บแบบสอบถาม โดยโพสต์ตามเพจที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และผ่านช่องทาง Social Media ส่วนตัวของผู้วิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งเป็นการศึกษาประชากรในกลุ่มที่จำกัดโดยอาจจะทำให้การกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างไม่ดีเท่าที่ควร ทางผู้วิจัยพบว่ายังมีกลุ่มประชากรที่น่าสนใจตามพื้นที่ในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากพื้นที่ที่ทำการศึกษา ซึ่งหากมีการต่อขยายงานวิจัยในอนาคตควรมีการเพิ่มพื้นที่ในการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทั่วประเทศเพื่อให้ได้ผลวิจัยที่ชัดเจนและทราบถึงความแตกต่างในพฤติกรรมของลูกค้ำแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถนำไปต่อขยายในการสื่อสารการตลาดและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับนักการเมืองหรือพรรคการเมือง

2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษากับนักการเมืองรายอื่น เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเลือกนักการเมืองหรือพรรคการเมือง ซึ่งจะสามารถสร้างโอกาสในการมองหากลยุทธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างคะแนนนิยมให้กับนักการเมืองหรือพรรคการเมือง

3. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เลือก นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาเปรียบเทียบถึงความคิดและทัศนคติที่แตกต่างกัน และทำความเข้าใจกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวางแผนกลยุทธ์ และหาแนวทางในการสร้างคะแนนนิยมกับคนกลุ่มนี้ต่อไป



บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). เปิด 8 นโยบาย (ใน 214 นโยบาย) “ซัชชาติ” ผู้ว่ากทม.สัญญาว่าจะทำเมื่อนำอยู่
 สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1005807>
- ทีเอ็นเอ็นออนไลน์. (2565). เปิดจำนวนประชากร กรุงเทพมหานคร ชาย-หญิง เลือกตั้งกทม.2565 สืบค้น
 จาก <https://www.tnnthailand.com/news/social/110458/>
- ไทยรัฐพลัส. (2564). ‘First Time Voter’ 9 ปีแห่งการรอคอย เสียงคนรุ่นใหม่เลือกผู้ว่าฯ กทม. สืบค้นจาก
<https://plus.thairath.co.th/topic/speak/100833>
- ประชาชาติ (2565). ประวัติ “ซัชชาติ สิทธิพันธุ์” ผู้ว่ากรุงเทพมหานคร คนที่ 17 สืบค้นจาก
<https://www.prachachat.net/person/news-933995>
- ปานหทัย ดันดีเตชา. (2546) การตลาดการเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียง
 เลือกตั้งของพรรคไทยรักไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร
 มหาคณิศ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์พิมลสินธุ์. (2551). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : โฟร์พรีนติ้ง.
- พิรุณธร เบลูจพรรังสิกุล. (2554). ปัจจัยทางการตลาดทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือก
 พรรคการเมืองไทยของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์
 ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2526). รายงานการวิจัยเรื่อง “ระบบการศึกษาไทยรอบสามทศวรรษ (พ.ศ.2549-
 2520)” กรุงเทพมหานคร : คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มติชนออนไลน์. (2561). ย้อนรอย ‘ผู้ว่าฯ กทม.’ แต่งตั้ง 9 ครั้ง เลือกตั้ง 10 ครั้ง ก่อน ‘อัศวิน’ ประกาศลง
 สนาม. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_814512
- มนฤดี สายสิงห์. (2549). อิทธิพลของบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน และการแข่งขันต่อพฤติกรรม
 ประจบประแจงในบริบทขององค์กร. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิทย์ วิชาเวทย์. (2532). “จริยศาสตร์เบื้องต้น: มนุษย์กับปัญหาจริยธรรม, พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพมหานคร, อักษรเจริญทัศน์.
- เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2565). เปิดเบอร์ ‘ผู้ว่าฯ กรุงเทพฯ’ ผู้สมัครมากเป็นประวัติการณ์ ถึง 31 คน. สืบค้นจาก <https://workpointtoday.com/bangkok2022-31number/>
- อิทธิเดช สุพงษ์. (2562). การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี. (วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Atanesyan, E. (2019). The Power of Personal Branding as part of a Political Marketing Strategy in Armenia By.
- Bell, E., Kowalski, C. M., Vernon, P. A., & Schermer, J. A. (2021). Political Hearts of Darkness: The Dark Triad as predictors of political orientations and interest in politics. Behavioral Sciences.
- Christie, R., & Geis, F. L. (1970). Studies in Machiavellianism. New York Academic Press.
- Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Farrag, D. A. (2013). Brand image in politics: a case study of the 2012 Egyptian presidential election. International Journal of Teaching and Case Studies.
- Faure, A. M. (2006). Cognitive dimensions of politics: relativism and rationalism. Acta Academica.
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. Journal of Personality and Social psychology.
- Freestone, O. M., & McGoldrick, P. J. (2007). Ethical positioning and political marketing: the ethical awareness and concerns of UK voters. Journal of Marketing Management.
- Gellner, E. (1987). Relativism and the social sciences. Cambridge University Press.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Gurbuz, E., & Eris, E. (2016). The effect of personal idealism, relativism, and Machiavellianism on voting tendency: A Turkish study. *Journal of Political Marketing*.
- Heywood, A. (2015). *Key concepts in politics and international relations*. Bloomsbury Publishing.
- Lionardo, A. (2019). Political Concern and Idealism as Mediator for Determining Political leadership Style. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Machiavelli, N. (1950). *The Prince and The Discourses* The Modern Library. New York.
- Roets, A., & Van Hiel, A. (2009). The ideal politician: Impact of voters' ideology. *Personality and Individual Differences*, 46(1), 60-65.
- Saleem, H., Butt, J., Siddiqui, A., Saleem, S., Lalani, A. S., & Awang, M. (2021). BEHAVIOURAL TENDENCY ANALYSIS TOWARDS E-PARTICIPATION FOR VOTING IN POLITICAL ELECTIONS USING SOCIAL WEB. *International Journal of Management (IJM)*.
- Singhapakdi, A. (1993). Ethical perceptions of marketers: The interaction effects of Machiavellianism and organizational ethical culture. *Journal of Business Ethics*.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International journal of medical education*.
- Van Kenhove, P., Vermeir, I., & Verniers, S. (2001). An empirical investigation of the relationships between ethical beliefs, ethical ideology, political preference and need for closure. *Journal of Business Ethics*.
- Van Kenhove, P., Vermeir, I., & Verniers, S. (2001). An empirical investigation of the relationships between ethical beliefs, ethical ideology, political preference and need for closure. *Journal of Business Ethics*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Winter, S. J., Stylianou, A. C., & Giacalone, R. A. (2004). Individual differences in the acceptability of unethical information technology practices: The case of Machiavellianism and ethical ideology. *Journal of Business Ethics*.
- Winther Nielsen, S. (2016). Measuring political brands: An art and a science of mapping the mind. *Journal of Political Marketing*.
- Wojciszke, B. (1987). Idealism scale for the measurement of individual differences in regulatory functions of the ideal self. *Polish Psychological Bulletin*.

ภาคผนวก
แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล



แบบสอบถาม

เรื่อง จิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของแนวคิดทางจิตวิทยาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ โดยนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในงานเชิงวิชาการเท่านั้นและนำเสนอในรูปแบบของบทสรุป จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับแนวคิดด้านอุดมคตินิยม

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแนวคิดด้านสัมพัทธนิยม

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ส่วนที่ 7 คำถามเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ส่วนที่ 8 คำถามทั่วไป

ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. ท่านไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในวันที่ 22 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมาใช้หรือไม่
- ใช่ ไม่ใช่ (ปิดการสอบถาม)

ส่วนที่ 2: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย หญิง เพศทางเลือก

2. อายุ

- น้อยกว่า 23 ปี 24-41 ปี
- 42-56 ปี มากกว่า 56 ปี

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 20,000 บาท 20,001 – 40,000 บาท
- 40,001 – 60,000 บาท 60,001 – 80,000 บาท
- มากกว่า 80,001 บาท

4. ระดับการศึกษา

- สำเร็จการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี
- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท-ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- นิสิต/นักศึกษา
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับแนวคิดด้านอุดมคตินิยม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. ท่านมักตรวจสอบให้แน่ใจอยู่เสมอว่าการกระทำของท่านไม่เคยทำร้ายผู้อื่น โดยเจตนาแม้เพียงเล็กน้อย					
2. ท่านไม่ยอมรับความเสี่ยงต่อผู้อื่น ไม่ว่าความเสี่ยงจะเล็กน้อยเพียงใด					
3. ท่านคิดว่าการทุกสิ่งทุกอย่างก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อผู้อื่นนั้น ไม่ควรเกิดขึ้นเลย แม้ว่าสิ่งนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ก็ตาม					
4. ท่านคิดว่าการทำร้ายจิตใจหรือร่างกายของผู้อื่นเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง					
5. ท่านคิดว่าการกระทำใดๆ ที่อาจคุกคามศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพของบุคคลอื่นในทางใดทางหนึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง					
6. การกระทำอันใด หากสามารถทำร้ายผู้บริสุทธิ์ได้ สิ่งนั้นย่อมไม่ควรกระทำ					
7. การตัดสินใจว่าจะกระทำการใดโดยได้มีไต่ตรองถึงผลด้านบวกและผลด้านลบของการกระทำนั้น ถือเป็นเรื่องที่มีศีลธรรม					
8. ท่านคิดว่าศักดิ์ศรีและสวัสดิภาพของประชาชนควรเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในสังคม					
9. ท่านคิดว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเสียสละเพื่อสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์ของผู้อื่น					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
10. ท่านคิดว่าการกระทำที่ถูกต้องตามหลักศีลธรรมเท่านั้น ที่นับว่าเป็นการกระทำที่สมบูรณ์แบบ					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแนวคิดด้านสัมพัทธนิยม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. ไม่มีหลักจริยธรรมใดที่สำคัญมากจนควรเป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณที่กำหนดไว้อย่างเข้มงวด					
2. ศีลธรรมของมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสังคมนั้นๆ					
3. มาตรฐานทางศีลธรรมควรถูกมองว่าเป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สิ่งที่บุคคลหนึ่งเห็นว่าถูกต้องตามหลักศีลธรรม อาจถูกมองว่าผิดศีลธรรมโดยบุคคลอื่น					
4. ศีลธรรม และความถูกต้องเป็นเรื่องที่ไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้					
5. ศีลธรรมเป็นเรื่องที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ เนื่องจากสิ่งที่ถูกศีลธรรมหรือผิดศีลธรรมนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
6. มาตรฐานทางศีลธรรมเป็นเพียงกฎเกณฑ์ส่วนบุคคลที่บ่งชี้ว่าบุคคลควรประพฤติตนอย่างไร ไม่ควรนำมาใช้ตัดสินนักการเมือง					
7. การตัดสินเรื่องศีลธรรมในแต่ละอาชีพนั้นมิซับซ้อน อาชีพทางการเมืองควรมีสีทธิกำหนดมาตรฐานทางศีลธรรมเองได้					
8. ข้อกำหนดทางจริยธรรมที่เป็นตัวชี้วัดว่าการกระทำนั้นถูกต้องหรือไม่ ส่งผลกระทบต่อเรื่องมนุษยสัมพันธ์ และการพยายามปรับตัวของบุคคลให้ดีขึ้น					
9. การโกหกไม่สามารถตัดสินได้ว่าเป็นการกระทำที่ถูกหรือผิด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้นๆ					
10. การตัดสินว่าบุคคลนั้น โกหกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ณ ขณะนั้น ว่าเป็นเพราะเหตุผลใดจึงไม่กระทำตามที่เคยพูดไว้					

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพแมคคิเวลเลียน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. ท่านจะไม่บอกผู้อื่นถึงเหตุผลในการกระทำสิ่งต่างๆ ยกเว้นแต่ว่าการบอกกล่าวนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวท่านเอง					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
2. วิธีที่ดีที่สุดที่จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น คือ การบอกในสิ่งที่เขาต้องการ					
3. ท่านจะกระทำการใดก็ตามเมื่อแน่ใจว่าถูกต้องตามหลักศีลธรรมเท่านั้น					
4. คนส่วนใหญ่เป็นคนดีและจิตใจดี					
5. ท่านเห็นด้วยว่าทุกคนมีด้านที่ชั่วร้าย และเขาเหล่านั้นจะหลุดพ้นได้หากได้รับโอกาสที่ดี					
6. ความซื่อสัตย์เป็นเรื่องที่ดีที่สุดในทุกกรณี					
7. การโกหกเป็นเรื่องที่ยอมรับไม่ได้					
8. คนส่วนใหญ่จะไม่ทำงานหนักเว้นแต่จะถูกบังคับให้ทำ					
9. การถ่อมตัวและซื่อสัตย์ ย่อมดีกว่าที่จะทำตัวเป็นคนสำคัญและไม่ซื่อสัตย์					
10. เมื่อท่านขอให้ผู้อื่นทำอะไรให้ น่าจะเป็นการดีกว่าที่จะให้เหตุผลที่แท้จริง					
11. นักการเมืองที่ต้องการความก้าวหน้าหรือการเติบโตในหน้าที่การงานควรจะต้องมีความเที่ยงตรงและใช้ชีวิตตามหลักศีลธรรมอันดี					
12. การไว้วางใจผู้อื่นมากเกินไปอาจก่อให้เกิดปัญหาได้					
13. ความแตกต่างที่ใหญ่ที่สุดระหว่างอาชญากรกับคนทั่วไปคืออาชญากร โง่พอที่จะถูกจับได้					
14. คนส่วนใหญ่มีความกล้าหาญ					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
15. การประจบประแจงบุคคลที่มีอำนาจเป็นเรื่องที่นักการเมืองควรกระทำ					
16. ท่านคิดว่าเป็นไปได้ที่จะเคารพทุกๆ การกระทำ					
17. ท่านไม่เห็นด้วยกับคำคมอันโด่งดังของพี.ที. บาร์นัม (Phineas Taylor Barnum, 1810-1891) นักแสดงโชว์ผู้โด่งดังในอเมริกาที่ว่า "มีคนถูกลอกเกิดขึ้นบนโลกทุกๆ นาที"					
18. การเติบโตในหน้าที่การงานของนักการเมืองต้องมีเล่ห์เหลี่ยมจึงจะเจริญก้าวหน้า					
19. ผู้ที่ทุกข์ทรมานจากโรคที่รักษาไม่หายควรควรมีสัทธัมม์จับชีวิตตัวเองด้วยวิธีที่ไม่เจ็บปวด					
20. คนส่วนใหญ่ล้มเลิกการตายของพ่อได้ง่ายกว่าการสูญเสียทรัพย์สิน					

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. ด้านความจริงใจ (Sincerity)					
1.1 เป็นคนติดดิน					
1.2 รักครอบครัว					
1.3 เป็นคนธรรมดาทั่วไป					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1.4 มีความซื่อสัตย์					
1.5 เป็นคนมีจิตใจบริสุทธิ์					
1.6 เป็นคนร่าเริง					
1.7 เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว					
1.8 มีมนุษยสัมพันธ์ดี และเป็นกันเอง					
2. ด้านความน่าสนใจ (Exciting)					
2.1 เป็นคนกล้าหาญ					
2.2 มีความอินเทรนด์					
2.3 เป็นคนเท่					
2.4 เป็นคนรุ่นใหม่					
2.5 เป็นคนช่างจินตนาการ					
2.6 เป็นคนทันสมัย					
2.7 ความเป็นอิสระ					
3. ด้านความสามารถ (Competence)					
3.1 เป็นคนทำงานหนัก					
3.2 เป็นคนที่เชื่อถือได้					
3.3 ฉลาดหลักแหลม					
3.4 เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเมือง					
3.5 ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้					
3.6 เป็นคนประสบความสำเร็จ					
3.7 ความเป็นผู้นำ					
4. ด้านความหรูหรา มีสเน่ห์ (Sophistication)					
4.1 เป็นชนชั้นสูงในสังคม					
4.2 มีความดึงดูดใจ					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
4.3 มีหน้าตาที่ดี					
4.4 มีเสน่ห์ น่าหลงใหล					
4.5 เป็นคนอ่อนโยน					
5. ด้านความอดทน (Ruggedness)					
5.1 เป็นคนชอบทำกิจกรรม					
5.2 มีความเข้มแข็งเป็นลูกผู้ชาย					
5.3 มีความอดทน					
5.4 เป็นคนหัวหาญ					

ส่วนที่ 7 คำถามเกี่ยวกับการเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. หากนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ลงสมัครรับเลือกตั้งในครั้งหน้า ฉันจะเลือกอย่างแน่นอน					
2. ฉันจะแนะนำให้คนอื่นเลือกนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการเลือกตั้งครั้งหน้า					
3. ฉันมีความคิดเห็นเชิงบวกและพูดถึงนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ในทางที่ดี					

ส่วนที่ 8 คำถามทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านคิดว่านักรการเมืองที่ดีควรมีคุณสมบัติแบบใด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. เคยมีประสบการณ์การทำงานในด้านการเมือง					
2. มีการศึกษาสูง					
3. มีภาวะผู้นำ					
4. มีวิสัยทัศน์					
5. มีทักษะในการสื่อสาร					
6. มีความสัมพันธ์อันดีกับพรรคหรือกลุ่มการเมืองต่างๆ					
7. เป็นนักรการเมืองอิสระ					
8. สังกัดพรรคการเมือง					

2. หากมีการเลือกตั้งทั่วไปอีกครั้งท่านจะเลือกนักรการเมืองจากพรรคใด

- เพื่อไทย
- พลังประชารัฐ
- ภูมิใจไทย
- ก้าวไกล
- ประชาธิปัตย์
- เสรีรวมไทย
- กล้า
- ชาติไทยพัฒนา
- ไทยสร้างไทย
- สร้างอนาคตไทย

- ไทยรักดี
- รวมไทยสร้างชาติ
- เศรษฐกิจไทย
- อื่นๆ เช่น ไม่เลือกพรรคไหนเลย และพรรคไหนก็เหมือนกัน

3. ท่านคิดว่านักการเมืองคนใดเหมาะสมกับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย

- พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
- นางสาว แพทองธาร ชินวัตร
- นายอนุทิน ชาญวีรกูล
- นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์
- นายกรณ์ จาติกวณิช
- พล.ต.อ. เสรีพิศุทธ์ เตมียเวส
- นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์
- นายแพทย์ชลน่าน ศรีแก้ว
- นายวราวุธ ศิลปอาชา
- นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์
- นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์
- พลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ
- ร้อยเอกธรรมนัส พรหมเผ่า
- อื่นๆ เช่น ไม่เลือกใครเลย และไม่มีผู้ใดเหมาะสม

4. ท่านเห็นด้วยกับนโยบายต่อไปนี้ในระดับใด

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. ปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์					
2. เน้นความมั่นคง ความปลอดภัย และความสงบสุขของประเทศ					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
3. สวัสดิการแห่งรัฐ เช่น บัตรคนจน คนละครึ่ง					
4. เน้นแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปากท้องประชาชน					
5. ส่งเสริมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการ					
6. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบขนส่งมวลชน สาธารณสุข การศึกษา					
7. ประกันรายได้เกษตรกร แรงงาน ราคาพืชผล การเกษตร					

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม