

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีผลต่อ การเลือกพรรคอนาคตใหม่

The Influence of Voter Personality Traits on Electoral Decision-Making Toward the Future Forward Party in Thailand

ปองคุณ รุ่งสว่าง¹ คมสัน รัตนสิมากุล²

Pongkhun Roongsawang¹ Komsan Rattanasimakul²

นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57100¹

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57100²

Doctor of Communication Arts, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, 57100 Thailand¹

Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, 57100 Thailand²

*Corresponding Author E-mail: synt5006@gmail.com

(Received: October 05, 2025; Revised: June 13, 2026; Accepted: June 20, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง 2) เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่ และ 3) ศึกษาปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีผลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่ ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการทำการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วประเทศโดยกระจายใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคกลาง และภาคใต้ ใช้วิธีเลือกเก็บข้อมูลแบบโควตา (Quota Sampling) จากจังหวัดที่พรรคอนาคตใหม่ได้รับคะแนนเสียงเลือกตั้งมากที่สุดในแต่ละภูมิภาค ภูมิภาคละ 2 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 1,608 คน โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) และ Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิแบบชอบคิดค้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.78$, S.D.=1.14) 2) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างบุคลิกภาพพรรคอนาคตใหม่ บุคลิกภาพแบบเสรีนิยมเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.98$, S.D.=1.13) และ 3) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ได้แก่ ด้านแสวงหาประโยชน์ ด้านเป็นคนของสังคม ด้านชอบคิดค้น ด้านเสรีนิยม ด้านวิตกกังวล ด้านความแข็งแกร่งของจิตใจ และด้านการควบคุมตนเอง มีอิทธิพลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกตั้งได้ร้อยละ 55.7 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($R = 0.746$)

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พรรคอนาคตใหม่ คะแนนเสียงเลือกตั้ง

Abstract

This research aims to 1) study the personality of voters, 2) study the personality of the Future Forward Party, and 3) examine the personality factors of voters that influence their decision to vote for the Future Forward Party. The study employed quantitative research, specifically survey research. The data collection tool was a questionnaire, and the sample comprised eligible voters across five regions of the country: the North, East, West, Central, and South. Data was collected using quota sampling from two provinces in each region where the Future Forward Party received the most votes, totaling 1,608 participants. Statistical methods used include percentages, means, standard deviations (S.D.), and regression analysis.

The research findings revealed that: 1) The average personality score of the sample group indicated that the "innovative thinking" trait

was the highest, with a mean score at a relatively high level ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 1.14); 2) The average personality score of the Future Forward Party indicated that the "liberal" trait ranked first, with a mean score at a high level ($\bar{X} = 5.98$, S.D. = 1.13); and 3) The personality factors of voters, which include benefit-seeking, sociability, innovative thinking, liberalism, openness, anxiety, mental resilience, independence, and self-control, accounted for 74.70% of the decision to vote for the Future Forward Party.

Keywords: Personality, Voters, Future Forward Party, Election Results

บทนำ

ในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยนั้นพรรคการเมืองทั้งหลายต่างต้องการคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้ได้มากที่สุดเพื่อชัยชนะในการเลือกตั้ง ทำให้ผลการเลือกตั้งกลายเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของพรรคการเมือง ซึ่งการจะได้คะแนนเสียงมาแต่ละคะแนนเสียงนั้นพรรคการเมืองจำเป็นต้องโน้มน้าวผู้มีสิทธิให้ลงคะแนนเสียงแก่พรรคตนเอง เพื่อการนี้พรรคการเมืองจำเป็นที่จะต้องให้ประชาชนรับรู้ถึงตัวตน นโยบาย อุดมการณ์และประโยชน์ที่จะได้รับจากการเลือกพรรคให้ได้มากที่สุดโดยใช้การสื่อสาร (Communication) เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญในการถ่ายทอดและขยายแนวความคิดอุดมการณ์ทางการเมืองจากพรรคการเมืองไปยังประชาชน

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับอุดมการณ์ทางการเมืองทั่วโลกพบว่าอุดมการณ์ทางการเมืองแบบเสรีนิยมและอนุรักษนิยมเป็นที่ใช้อย่างแพร่หลายอย่างมากในปัจจุบัน มีปรากฏ อยู่ทั่วโลก ด้วยตัวอย่างที่เห็นเด่นชัดคืออุดมการณ์ทางการเมืองของประเทศสหรัฐอเมริกาที่แบ่งแยกชัดเจนเป็น 2 พรรคการเมืองใหญ่ ได้แก่ พรรคเดโมแครต (Democrat) ที่มีอุดมการณ์เสรีนิยม และพรรครีพับลิกัน (Republican) ที่เป็นอนุรักษนิยม

โดยอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมืองในประเทศไทยมีลักษณะ

อนุรักษนิยมมากกว่าเสรีนิยม ซึ่งดำรงอยู่ในสังคมไทยเพราะแนวคิดเรื่องชาตินิยม (Nationalism) และเหยียดผิว (Racism) ยังคงดำรงอยู่ เช่น กรณีแบ่งแยกภูมิภาค (ภาคเหนือ อีสาน) เรื่องสี่เสือ เสือเหลือง เสือแดง เรื่องความจริงรักภักดีต่อสถาบัน เป็นต้น เพื่อกล่าวอ้างให้พวกตนเองได้ประโยชน์ ฝ่ายตรงข้ามเสียประโยชน์

แม้ว่าพรรคอนาคตใหม่จะมีจุดยืนทางการเมืองที่สามารถอธิบายได้ว่าอยู่ในกลุ่ม “ฝ่ายซ้าย” หรือค่อนข้างไปทาง “กลาง-ซ้าย” โดยเน้นการผลักดันกระบวนการประชาธิปไตยอย่างเข้มข้น (Democratization) ควบคู่กับการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และการยืนยันหลักการอำนาจอธิปไตยเป็นของประชาชน รวมถึงมีจุดยืนเชิงวิพากษ์ต่อโครงสร้างอำนาจเดิม โดยเฉพาะบทบาทของกองทัพในทางการเมืองซึ่งถูกนิยามผ่านวาทกรรม “ต่อต้านเผด็จการ” นั้น อย่างไรก็ตาม การจัดจำแนกดังกล่าวเป็นการอธิบายในเชิงอุดมการณ์ทางรัฐศาสตร์ มิได้สะท้อนโดยตรงต่อการรับรู้ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเสมอไป

และถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้พรรคอนาคตใหม่ถูกศาลรัฐธรรมนูญตัดสินยุบพรรคไปแล้วเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 กรณีที่พรรคอนาคตใหม่กู้ยืมเงินจากนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ หัวหน้าพรรคอนาคตใหม่ แต่ยังคงเป็นกลุ่มทางการเมืองที่มีบทบาทต่อประเทศไทยอยู่เนื่องจากแกนนำพรรคและสมาชิกพรรคส่วนใหญ่ย้ายมาสังกัดพรรคก้าวไกล กล่าวคือพรรคอนาคตใหม่ได้เปลี่ยนมาเป็นพรรคก้าวไกล ปรากฏการณ์ของพรรคอนาคตใหม่ หรือพรรคก้าวไกลในปัจจุบันถือเป็นปรากฏการณ์ทางการเมืองที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากพรรคอนาคตใหม่เป็นพรรคที่มีอุดมการณ์ของเสรีนิยมที่ชัดเจน และการสื่อสารทางการเมืองของพรรคอนาคตใหม่ก็เน้นหนักหรือให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบายต่าง ๆ ภายใต้อุดมการณ์เสรีนิยม โดยเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญกับการเป็นพรรคเสรีนิยม ซึ่งประเด็นดังกล่าว เป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจว่าพรรคอนาคตใหม่มีการสร้างและสื่อสารตราพรรคอนาคตใหม่อย่างไร ที่ทำให้ตราพรรคการเมืองเป็นที่จดจำและอยู่ในใจของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ดังจะเห็นได้จากผลการเลือกตั้ง ครั้งที่ 26 เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2562 และยังมีประเด็นน่าสนใจว่าบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างไร บุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่เป็นอย่างไร และปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งด้านใดที่มี

ผลต่อการเลือกพรรคคนาคใหม่

ในระบอบประชาธิปไตย พรรคการเมืองจำเป็นต้องแสวงหาการสนับสนุนจากผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเพื่อให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง โดยพฤติกรรมการเลือกตั้งมิได้ขึ้นอยู่กับนโยบายเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางจิตวิทยาและบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ การตัดสินใจ และการเลือกพรรคการเมือง (Allport, 1961; Eysenck, 1947) นอกจากนี้ งานวิจัยด้านพฤติกรรมทางการเมืองยังชี้ให้เห็นว่า “บุคลิกภาพ” เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถอธิบายความแตกต่างของการเลือกพรรคการเมืองได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในบริบทที่มีความขัดแย้งทางอุดมการณ์ เช่น เสรีนิยมและอนุรักษนิยม (Hiel & Kossowska, 2000; Barbaranelli, 2007) ในบริบทของประเทศไทย พรรคนาคใหม่ถือเป็นปรากฏการณ์ทางการเมืองที่สำคัญ เนื่องจากเป็นพรรคที่มีอุดมการณ์เสรีนิยมอย่างชัดเจน และสามารถได้รับคะแนนเสียงจำนวนมากภายในระยะเวลาอันสั้น (ศาลรัฐธรรมนูญ, 2563)

กล่าวได้ว่าบุคลิกภาพของพรรคการเมืองนั้นสามารถทำให้ตราพรรคการเมืองมีความแข็งแกร่ง โดดเด่นมีความแตกต่างเหนือคู่แข่งอย่างแท้จริงเนื่องจากการลอกเลียนบุคลิกภาพของพรรคการเมือง นั้นทำได้ยาก ด้วยการนำบุคลิกภาพของมนุษย์มาเชื่อมโยงเข้าไปในตราพรรคการเมืองทำให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งสามารถเข้าใจและรู้สึกจำเป็นต้องตราพรรคการเมืองได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บุคลิกภาพพรรคยังแสดงให้เห็นอีกว่าตราพรรคการเมืองมีตัวตนเสมือนเป็นบุคคลคนหนึ่ง ซึ่งงานวิจัยของ Smith (2009) เรื่อง Conceptualizing and Testing Brand Personality in British Politics แสดงให้เห็นว่าพรรคการเมืองในสหราชอาณาจักร มีบุคลิกภาพ 6 แบบ ได้แก่ 1) ความซื่อสัตย์สุจริต 2) จิตวิญญาณ 3) ภาพลักษณ์ 4) ความเป็นผู้นำ 5) เอกลักษณ์เฉพาะตัว และ 6) ความแข็งแกร่ง

ดังนั้นหากเอ่ยถึงตราพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งจะสามารถกล่าวถึงบุคลิกภาพของตราพรรคการเมืองนั้นได้รวมกับว่ากำลังกล่าวถึงบุคลิกภาพของคน ๆ หนึ่ง ซึ่งรวมถึงลักษณะทางประชากร (Demographic) เช่น อายุ เพศ สถานะทางสังคม เชื้อชาติ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เช่น กิจกรรม ความสนใจ ทักษะคิด ลักษณะนิสัยส่วนตัว เช่น การสนใจสิ่งรอบข้าง

การยอมรับง่าย ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

บุคลิกภาพของตราพรรคการเมืองเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเห็นตราพรรคการเมืองมีความหมายมากกว่าการเป็นเพียงแค่พรรคการเมือง ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่ได้เกิดความต้องการคุณประโยชน์จากพรรคการเมืองเพียงอย่างเดียวแต่ยังสะท้อนถึงจุดยืนและรสนิยมทางการเมืองของตนเอง ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้คุณภาพของพรรคการเมือง มองเห็นถึงความแตกต่างและโดดเด่นจากตราพรรคการเมืองอื่น โดยพิจารณาจากคุณค่าและความหมายของพรรคการเมืองที่สอดคล้องความเป็นตัวตนและบุคลิกภาพของตัวผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ทำให้บุคลิกภาพของตราพรรคการเมืองมีความสำคัญและมีบทบาทต่อการเข้าถึงประชาชนมากยิ่งขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาว่า 1) บุคลิกภาพของผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีลักษณะอย่างไร 2) บุคลิกภาพของพรรคการเมืองมีลักษณะอย่างไร และ 3) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพใดที่ส่งผลต่อการเลือกพรรคการเมืองโดยการศึกษาครั้งนี้มีความสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเชิงจิตวิทยาการเมือง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
2. เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีผลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่

นิยามศัพท์

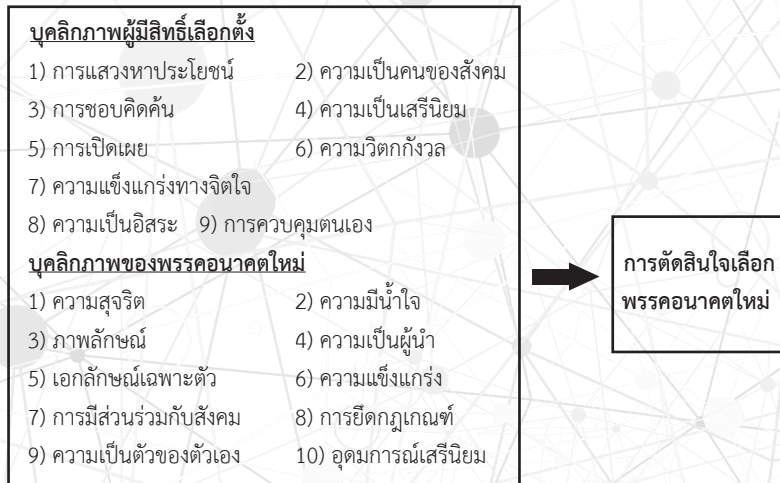
บุคลิกภาพผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หมายถึง ลักษณะเชิงจิตวิทยาที่สะท้อนรูปแบบความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจทางการเมือง โดยในการศึกษานี้ประกอบด้วย 9 มิติ ได้แก่ 1) การแสวงหาประโยชน์ 2) ความเป็นคนของสังคม 3) การชอบคิดค้น 4) ความเป็นเสรีนิยม 5) การเปิดเผย

6) ความวิตกกังวล 7) ความแข็งแกร่งทางจิตใจ 8) ความเป็นอิสระ และ 9) การควบคุมตนเอง ซึ่งร่วมกันอธิบายความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกตั้งของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง บุคลิกภาพของพรรคคอนาคติใหม่ หมายถึง การรับรู้ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งต่อภาพลักษณ์และคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์ของพรรค ซึ่งสะท้อนผ่านนโยบาย การสื่อสาร และบทบาททางการเมือง โดยประกอบด้วย 10 มิติ ได้แก่ 1) ความสุจริต 2) ความมีน้ำใจ 3) ภาพลักษณ์ 4) ความเป็นผู้นำ 5) เอกลักษณ์เฉพาะตัว 6) ความแข็งแกร่ง 7) การมีส่วนร่วมกับสังคม 8) การยึดกฎเกณฑ์ 9) ความเป็นตัวของตัวเอง และ 10) อุดมการณ์เสรีนิยม ซึ่งร่วมกันอธิบายการรับรู้ที่มีต่อพรรคการเมืองของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง

การตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง หมายถึง พฤติกรรมการเลือกพรรคการเมืองของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง เฉพาะในกลุ่มที่ไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

เสรีนิยม หมายถึง แนวคิดทางการเมืองที่ให้ความสำคัญกับสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคล ความเสมอภาค ความเป็นประชาธิปไตย และการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดดังกล่าวเป็นตัวชี้วัดเชิงบุคลิกภาพทางการเมือง (Political Personality Orientation) เพื่ออธิบายการรับรู้ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งต่อพรรคคอนาคติใหม่ ซึ่งอาจมีลักษณะใกล้เคียงกับแนวคิดประชาธิปไตยแบบก้าวหน้า (Progressive Democracy) หรือแนวคิดกลาง-ซ้าย มากกว่าความหมายเสรีนิยมแบบคลาสสิก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

Allport (1961) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นองค์ประกอบที่มีพล้งอยู่ในจิตของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะความคิดและพฤติกรรมของบุคคล เป็นโครงสร้างชนิดหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระบบพลวัตอยู่ภายในร่างกายและจิตใจของแต่ละบุคคล

McConnell (1977) ให้ความหมายว่าบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัยที่บุคคลคิดและแสดงออกมาเป็นแบบแผนเพื่อใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ลักษณะนิสัยที่กล่าวนี้ หมายถึง ค่านิยม แรงจูงใจ เจตคติ อารมณ์ ความสามารถด้านต่าง ๆ มโนภาพแห่งตน รวมทั้งสติปัญญา อีกทั้งยังให้แนวความคิดว่าบุคลิกภาพมิได้หลายความหมายจะแตกต่างกันตามทฤษฎี และงานวิจัยตามลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยาที่สำคัญ

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดของ Cattell (2016), Fromm (1941), Locke (1963) และ Burke (2004) มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดบุคลิกภาพของ Cattell มาทำการศึกษา ซึ่งบุคลิกภาพของ Cattell (2016) เป็นการจำแนกบุคลิกภาพของมนุษย์แบบกว้าง ๆ แต่มีครอบคลุมทั้งด้านจิตวิทยาความคิดเห็น ความเชื่อ ความสนใจ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้อธิบายบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งที่มีความแตกต่างและหลากหลายทั้งทางด้านอายุ ความเชื่อ และความคิดเห็นได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิดบุคลิกภาพของ Cattell มาเป็นเกณฑ์ในการศึกษาบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ได้แก่บุคลิกภาพ 1) เปิดเผย 2) วิตกกังวล 3) ความแข็งแกร่งของจิตใจ 4) เป็นอิสระ และ 5) การควบคุมตัวเอง ประกอบแบบวัดบุคลิกภาพของ Cattell (16 pf) มีความน่าเชื่อถือเนื่องจากการได้รับการรับรองจากกรมสุขภาพจิตแล้วว่าสามารถใช้วัดบุคลิกภาพของคนไทยได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Fromm (1941) ที่นำเสนอแนวคิดเรื่องบุคลิกภาพในเชิงที่เกี่ยวข้องกับทางสังคมและการเมืองโดยตรง ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดเรื่องบุคลิกภาพของคนอื่น ๆ ที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพในเชิงจิตวิทยา โดยสามารถจำแนกบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและบุคลิกภาพพรรคการเมืองออกเป็นกลุ่ม ๆ ในบริบททางการเมือง ดังนั้นแนวคิดเรื่องบุคลิกภาพของ Fromm จึงมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ศึกษาในบริบททางการเมืองและสังคม เป็นการเติมเต็มมิติของการจำแนกบุคลิกภาพ ผู้วิจัยจึงได้เลือกนำแนวคิดบุคลิกภาพของ Fromm มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

โดยผู้วิจัยเลือกบุคลิกภาพของ Fromm มาทำการศึกษา 3 บุคลิกภาพ ได้แก่ 1) แสวงหาประโยชน์ผู้อื่น 2) เป็นคนของสังคม และ 3) ชอบคิดค้น ซึ่งเป็นบุคลิกภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยสูงสุดและไม่ซ้ำกับแบบวัดบุคลิกภาพของผู้อื่นอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำแนวคิดของ Locke (1963) ที่อธิบายแนวคิดแบบเสรีนิยมและแนวคิดของ Edmund Burke ที่อธิบายแนวคิดแบบบุคลิกภาพแบบอนุรักษนิยม ซึ่งเป็นแนวคิดรูปแบบการมองโลกทางการเมืองแบบหนึ่งซึ่งมีความตรงข้ามกันแต่เป็นสิ่งเดียวกันเช่นเดียวกับเหรียญที่ซึ่งมีสองด้าน การศึกษาถึง

บุคลิกภาพเสรีนิยมและอนุรักษนิยมจึงต้องศึกษาไปพร้อมกันอย่างคู่ขนาน โดยแต่ละตัวชี้วัดของแนวคิดเสรีนิยมและแนวคิดอนุรักษนิยมจะตรงข้ามกันทั้งสิ้น จึงนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาบุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่และผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งนี้ด้วย

กล่าวโดยสรุป เพื่อให้การศึกษาบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิเลือกตั้งและบุคลิกภาพของพรรคการเมืองได้ครอบคลุม ผู้วิจัยจึงได้ประมวลแนวคิดบุคลิกภาพจากนักวิชาการดังกล่าวมาแล้วได้ 9 บุคลิกภาพ ได้แก่ 1) เปิดเผย 2) วิตกกังวล 3) ความแข็งแกร่งของจิตใจ 4) เป็นอิสระ 5) การควบคุมตัวเอง 6) แสวงหาประโยชน์ผู้อื่น 7) เป็นคนของสังคม 8) ขอบคิดค้น และ 9) อนุรักษนิยมเสรีนิยม

แนวคิดเกี่ยวกับพรรคอนาคตใหม่ (Future Forward Party)

พรรคอนาคตใหม่ก่อตั้งขึ้นโดยนายธนธร จิรรุ่งเรืองกิจ อดีตรองประธานบริหารบริษัทไทยซัมมิท รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยบุตร แสงกนกกุล อดีตอาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้ร่วมจัดตั้งอีก 24 คน ยื่นจดแจ้งชื่อจัดตั้งพรรคต่อคณะกรรมการการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2561 โดยพรรคอนาคตใหม่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการการเลือกตั้งให้มิมีสถานะเป็นพรรคการเมืองอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2561 (Election Commission of Thailand, 2019) ต่อมาในวันอาทิตย์ที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 พรรคอนาคตใหม่ได้จัดการประชุมใหญ่สามัญ ครั้งที่ 1 ที่โรงแรมเซียม 5 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตเพื่อรับรองอุดมการณ์พรรค นโยบายพรรค ข้อบังคับพรรค ชื่อพรรค ชื่อย่อพรรคและเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารพรรคชุดแรก โดยพรรคอนาคตใหม่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมุ่งสร้างการเมืองแบบใหม่ให้สังคมไทยตระหนักว่าการกลับสู่ประชาธิปไตยคือทางออกของวิกฤตการเมืองและวงจรอุบาทว์ของการรัฐประหารที่เรื้อรังมากกว่าทศวรรษเมื่อคนในชาติไม่อาจแสวงหาฉันทามติร่วมกันได้ เพราะการเมืองไทยถูกแบ่งแยกออกเป็นฝักฝ่ายเราต่างถูกทำให้เชื่อว่าความขัดแย้งที่เกิดขึ้นคือความขัดแย้งระหว่าง “ประชาชน” ซึ่งความขัดแย้งเหล่านี้มีแต่จะทำให้ผู้คนส่วนใหญ่แย่งลงในขณะที่ผู้มีอำนาจไม่กี่คนกลับตักตวงเอาผลประโยชน์จากความขัดแย้งนี้ พรรคอนาคตใหม่ยึดมั่นในหลักประชาธิปไตย นิติรัฐ ศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์ สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม การกระจายอำนาจออกจากส่วนกลาง ความหลากหลายทางเพศ ความหลากหลาย

ทางวัฒนธรรม ระบบเศรษฐกิจที่แข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมปราศจากการผูกขาดการสร้างระบบสวัสดิการ การสร้างโอกาสให้แก่นุชนัยในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีและมีคุณภาพตั้งแต่เกิดจนตายและการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

พรรคอนาคตใหม่มีสัญลักษณ์พรรคเป็นรูปสามเหลี่ยมสีส้มหัวกลับ แสดงถึงการให้ความสำคัญกับประชาชนคนส่วนใหญ่ของประเทศ ลูกศรที่ชี้พุ่งขึ้นไป คือการมุ่งหน้าไปสู่ “อนาคตใหม่” เครื่องหมายนี้จึงหมายถึงประชาชนผู้ทรงอำนาจสูงสุดร่วมกันนำพาสังคมไทยก้าวไปสู่อนาคตใหม่โดยการเลือกตั้งครั้งล่าสุดที่ผ่านมา (24 มีนาคม 2562) ขณะวันเลือกตั้งนั้นพรรคอนาคตใหม่ซึ่งก่อตั้งยังไม่ถึง 1 ปีได้รับการเลือกตั้งให้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขต 30 คน และแบบบัญชีรายชื่อ 50 คน รวมเป็น 80 คน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2562) ถือเป็นปรากฏการณ์การได้รับเลือกตั้งของพรรคการเมืองที่เพิ่งก่อตั้งมากที่สุดครั้งหนึ่งของประเทศไทย

แม้ว่าปัจจุบันนี้พรรคอนาคตใหม่ถูกศาลรัฐธรรมนูญตัดสินยุบพรรคไปแล้วเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 เวลา 15.00 น. โดยคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ยื่นเรื่องให้ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัย กรณีที่พรรคอนาคตใหม่กู้ยืมเงินจากนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ หัวหน้าพรรคอนาคตใหม่ จำนวน 191,200,000 บาท เป็นการกระทำอัน (Constitutional Court of Thailand, 2020) เป็นการฝ่าฝืนมาตรา 72 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ. 2560 หรือไม่ และขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณายุบพรรคอนาคตใหม่ ตามมาตรา 92 วรรคหนึ่ง (3) ประกอบมาตรา 93 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ.2560 ซึ่งศาลรัฐธรรมนูญอ่านคำวินิจฉัยโดยเห็นว่าการให้กู้เงินจำนวน 191,200,000 บาท ‘ไม่เป็นไปตามปกติวิสัยทางการค้า’ เนื่องจากมีการคิดดอกเบี้ย ในอัตราไม่ปกติ เป็นเหตุให้สั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ โดยศาลระบุว่ แม้ ‘เงินกู้’ จะไม่ใช่ ‘รายได้’ แต่ถือเป็น ‘รายรับทางการเมือง’ ซึ่งการกู้เงินของพรรคมีเจตนาหลีกเลี่ยงการรับบริจาคเงิน ทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดที่มีมูลค่าเกิน 10 ล้านบาทต่อปี ส่งผลให้เกิดอนธาคสัณนิษฐานการเลือกตั้งของคณะกรรมการบริหารพรรคอนาคตใหม่จำนวน 16 คน และห้ามจดทะเบียนพรรคการเมืองขึ้นใหม่ หรือมีส่วนร่วม

ในการจัดตั้งพรรคการเมืองขึ้นใหม่เป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ศาลมีคำสั่งยุบพรรค (21 ก.พ. 2563) ซึ่งกรรมการบริหารพรรคอนาคตใหม่ถูกตัดสิทธิจำนวน 16 คน นำโดย ธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ หัวหน้าพรรค ปิยบุตร แสงกนกกุล เลขาธิการพรรค กุลธิดา รุ่งเรืองเกียรติ รองหัวหน้าพรรค และ พรรณิการ์ วานิช โฆษกพรรค ฯลฯ ทำให้จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคอนาคตใหม่ เหลือจำนวนทั้งสิ้น 65 คน (แบบแบ่งเขตและบัญชีรายชื่อ) จะต้องดำเนินการหาพรรคสังกัดใหม่ภายในระยะเวลา 60 วัน ตามที่กฎหมายกำหนด (ศาลรัฐธรรมนูญ, 2563)

ซึ่งผลของการเลือกตั้งและการตัดสินใจยุบพรรคของศาลรัฐธรรมนูญครั้งนี้ ถือเป็นปรากฏการณ์ทางการเมือง โดยผลการเลือกตั้งดังกล่าวได้เป็นประเด็นที่น่าสนใจของสังคมว่า พรรคการเมืองที่จัดตั้งใหม่แต่ได้รับความนิยมอย่างสูงและได้จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเข้ามาเป็นจำนวนมากเกิดขึ้นได้ มีการใช้กลยุทธ์หรือวิธีการทางด้านการสื่อสารในการดำเนินการอย่างไร ซึ่งการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีผลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่” จึงมุ่งศึกษาในประเด็นดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการและการประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินกิจการการเมืองต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำว่า ‘เสรีนิยม’ ในฐานะ ตัวแทนเชิงปฏิบัติการ (Operational Construct) ของแนวคิดทางการเมืองที่เน้นสิทธิ เสรีภาพ ความเสมอภาค และประชาธิปไตย ทั้งนี้ มิได้หมายความว่าพรรคอนาคตใหม่มีอุดมการณ์เสรีนิยมในความหมายทางรัฐศาสตร์อย่างเคร่งครัด แต่เป็นการนิยามเพื่อให้สอดคล้องกับเครื่องมือวิจัยและการวัดตัวแปรในงานวิจัยนี้ และจะวิเคราะห์บุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งที่มีต่อภาพลักษณ์และคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์ของพรรคการเมือง ซึ่งสะท้อนผ่านนโยบาย การสื่อสาร และบทบาททางการเมือง โดยประกอบด้วย 10 มิติ ได้แก่ 1) ความสุจริต (Integrity) 2) ความมีน้ำใจ (Warmth) 3) ภาพลักษณ์ (Image) 4) ความเป็นผู้นำ (Leadership) 5) เอกลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) 6) ความแข็งแกร่ง (Strength) 7) การมีส่วนร่วมกับสังคม (Social Engagement) 8) การยึดกฎเกณฑ์ (Rule Orientation) 9) ความเป็นตัวของตัวเอง (Assertiveness) และ 10) อุดมการณ์เสรีนิยม (Liberal Orientation) ซึ่งเป็นการประยุกต์แนวคิดบุคลิกภาพตราสินค้าและบุคลิกภาพ

ทางการเมือง เพื่ออธิบายการรับรู้ของประชาชนต่อพรรคการเมือง (Smith, 2009; Cattell, 2016; Fromm, 1941)

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีอิทธิพลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มีจำนวนประชากรที่ลงคะแนนเสียงเลือกพรรคอนาคตใหม่ทั้งหมด (N) คือ 6,163,519 คน ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5 หรือ 0.5 ดังนั้นจากการคำนวณตามสูตรของ (Yamane, 1973) ดังกล่าว

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไทย พ.ศ. 2562 ครั้งที่ 28 ในวันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม 2562 เพื่อเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ทั่วประเทศไทยโดยกระจายใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคกลางและภาคใต้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากจังหวัดที่พรรคอนาคตใหม่ได้รับคะแนนเสียงเลือกตั้งมากที่สุดในแต่ละภูมิภาค ภูมิภาคละ 2 จังหวัด โดยมีการให้แบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามภูมิภาค (คะแนนเสียงเลือกตั้งพรรคอนาคตใหม่) โดยอธิบายการสุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ร่วมกับการกำหนดโควตา (Quota Sampling) และการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยอย่างเหมาะสม ทั้งนี้การใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนร่วมกับโควตาและการคัดเลือกแบบเจาะจง ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขณะเดียวกันยังคงรักษาความหลากหลายของข้อมูลในระดับภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในงานวิจัยด้านพฤติกรรมทางการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างมีความเฉพาะเจาะจง สอดคล้องกับแนวคิดของ Etikan,

Musa & Alkassim (2016)

ขั้นตอนที่ 1 การแบ่งชั้นภูมิภาค (Stratification) ผู้วิจัยแบ่งประชากรออกเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ เพื่อสะท้อนความแตกต่างเชิงพื้นที่และบริบททางสังคมการเมือง

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกจังหวัดตัวแทน (Cluster Selection) ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจังหวัดที่มีคะแนนเสียงของพรรคอนาคตใหม่สูงสุดในแต่ละภูมิภาค ภูมิภาคละ 2 จังหวัด

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดโควตา (Quota Sampling) กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดให้ใกล้เคียงกัน เพื่อควบคุมสัดส่วนข้อมูลในแต่ละภูมิภาคให้สมดุล โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 1,608 คน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

ภาค	ตัวแทน	คะแนนเสียง	จำนวนตัวอย่าง
เหนือ	จังหวัดเชียงใหม่	253,647	162
	จังหวัดเชียงราย	165,192	162
ตะวันออก	จังหวัดชลบุรี	217,941	160
	จังหวัดฉะเชิงเทรา	105,003	160
ตะวันออกเฉียงเหนือ	จังหวัดขอนแก่น	185,895	162
	จังหวัดนครราชสีมา	169,520	162
กลาง	จังหวัดกรุงเทพมหานคร	804,176	160
	จังหวัดสมุทรปราการ	182,551	160
ใต้	จังหวัดสงขลา	93,408	160
	จังหวัดนครศรีธรรมราช	78,979	160
รวม			1,608

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการทำการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพพรคการเมืองกับบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ มีลักษณะการตอบแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีลักษณะการเลือกตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Semantic Differential Scale)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพรรคคอนาคตใหม่ มีลักษณะการเลือกตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Semantic Differential Scale)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามส่งไปยังผู้ประสานงานพรรคจังหวัดต่าง ๆ ตามที่ผู้วิจัยออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ กำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลทางสถิติแบ่งเป็น 7 ระดับช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้ (สุพรรณิ สุขมณีสันต์, 2553)

ค่าเฉลี่ย 0.00 - 1.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 5.51 - 6.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มาก

ค่าเฉลี่ย 6.51 - 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มากที่สุด

จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC : Index of Item Objective Congruence) ได้มีการปรับแก้ไขตามที่คุณผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำจนพบว่าค่า IOC มากกว่า 0.66 ซึ่งข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตามวัตถุประสงค์

ความเที่ยงของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (Pretest) โดยทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้วยสถิติ ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) การทดสอบจะทำในส่วนของตัวแปรด้านบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและด้านบุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่ ได้ค่า 0.961 โดยแยกตัวแปรด้านบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้ค่า 0.922 และตัวแปรด้านบุคลิกภาพของพรรคอนาคตใหม่ ได้ค่า 0.967 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือมีค่าเกิน 0.70 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 คน (-10 เท่าของตัวแปร) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจำนวนประชากรทั้งหมดที่จะศึกษา ก่อน ซึ่งคำนวณจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95%

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Regression Analysis

ผลการวิจัย

ลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 1,608 คน ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ จำนวนจังหวัดละ 162 คน จังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี จำนวนจังหวัดละ 160 คน จังหวัดขอนแก่นและนครราชสีมา จำนวนจังหวัดละ 162 คน จังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ จำนวนจังหวัดละ 160 คน จังหวัดสงขลาและนครศรีธรรมราช จำนวนจังหวัดละ 160 คน พบว่า เป็นเพศชาย 867 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 เป็นเพศหญิง 741 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 มีพฤติกรรมกรไปเลือกตั้งเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2562 จำนวน 1,224 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 และไม่ไปเลือกตั้ง จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ

23.9 มีพฤติกรรมเลือกพรรคอนาคตใหม่ จำนวน 921 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และ
ไม่เลือกพรรคอนาคตใหม่ จำนวน 687 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7

1. สรุปผลลักษณะบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

ลำดับ	บุคลิกภาพผู้มีสิทธิเลือกตั้ง	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1	เปิดเผย	4.50	0.68	ปานกลาง
2	วิตกกังวล	4.48	0.68	ปานกลาง
3	ความแข็งแกร่งของจิตใจ	4.67	0.63	ค่อนข้างมาก
4	ความเป็นอิสระ	4.51	0.66	ค่อนข้างมาก
5	การควบคุมตัวเอง	4.44	0.80	ปานกลาง
6	แสวงหาประโยชน์ผู้อื่น	3.83	1.01	ปานกลาง
7	เป็นคนของสังคม	3.72	1.05	ปานกลาง
8	ชอบคิดค้น	4.78	1.14	ค่อนข้างมาก
9	อนุรักษ์นิยมเสรีนิยม	4.34	0.92	ปานกลาง

จากตารางที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิแบบชอบคิดค้น
เท่ากับ 4.78 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมากบุคลิกภาพแบบความแข็งแกร่งของ
จิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และมีบุคลิกภาพแบบเป็นคน
ของสังคมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับปานกลาง

2. สรุปผลลักษณะบุคลิกภาพของพรคوناคตใหม่

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและระดับบุคลิกภาพพรคوناคตใหม่

ลำดับ	บุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1	ความสุจริต	4.96	1.11	ค่อนข้างมาก
2	มีน้ำใจ	5.16	1.04	ค่อนข้างมาก
3	ภาพลักษณ์	5.15	0.95	ค่อนข้างมาก
4	ความเป็นผู้นำ	5.02	1.17	ค่อนข้างมาก
5	เอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.76	1.17	ค่อนข้างมาก
6	แข็งแกร่ง	4.50	1.55	ปานกลาง
7	ส่วนร่วมกับสังคม	4.42	1.53	ปานกลาง
8	ผู้ออกคำสั่ง	4.30	1.53	ปานกลาง
9	ฮึก	4.41	1.09	ปานกลาง
10	เสรีนิยม	5.98	1.13	มาก

จากตารางที่ 3 บุคลิกภาพของพรคوناคตใหม่ บุคลิกภาพแบบเสรีนิยม เท่ากับ 5.98 อยู่ในระดับมาก รองลงมาบุคลิกภาพแบบมีน้ำใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และมีบุคลิกภาพแบบผู้ออกคำสั่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับปานกลาง

3. สรุปผลปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีผลต่อการเลือกพรรคขนาดใหม่

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Multiple Regression Analysis ในการวิเคราะห์ บุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งกับการเลือกพรรคขนาดใหม่

บุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0.264	0.079		-3.327	0.001		
แสวงหาประโยชน์	0.045	0.009	0.092	4.975	0.000	0.802	1.246
ผู้อื่น							
เป็นคนของสังคม	0.045	0.008	0.097	5.633	0.000	0.942	1.062
ชอบคิดค้น	0.115	0.011	0.264	10.147	0.000	0.409	2.445
คนเสรีนิยม	0.063	0.012	0.116	5.188	0.000	0.552	1.812
เปิดเผย	0.027	0.027	0.038	1.025	0.306	0.206	4.848
วิตกกังวล	0.072	0.029	0.099	2.482	0.013	0.174	5.746
ความแข็งแกร่ง	-0.294	0.026	-0.376	-11.399	0.000	0.254	3.937
ของจิตใจ							
ความเป็นอิสระ	-0.052	0.032	-0.068	-1.631	0.103	0.158	6.328
การควบคุมตัวเอง	0.413	0.026	0.667	16.161	0.000	0.163	6.144
R = 0.746							
Adjusted R square = 0.555							
F = 223.4							
Durbin-Watson = 0.965							
R square = 0.557							
SE (est) = 0.33							
Sig. = 0.000							
*p-value ≤ 0.05							

จากตารางที่ 4 การทดสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ทุกปัจจัยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “ปัจจัยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง” และตัวแปรตาม “การเลือกพรรคขนาดใหม่” ซึ่งเท่ากับ 0.746 ดังนั้น ปัจจัยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งกับการเลือกพรรคขนาดใหม่ มีความ

สัมพันธ์กัน โดยมีค่า R square เท่ากับ 0.557 หรือร้อยละ 55.7 สรุปได้ว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกพรรคขนาดใหม่

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ซึ่งประกอบด้วย ด้านแสวงหาประโยชน์ (X_1) ด้านเป็นคนสังคม (X_2) ด้านชอบคิดค้น (X_3) ด้านคนเสรีนิยม (X_4) ด้านเปิดเผย (X_5) ด้านวิตกกังวล (X_6) ด้านความแข็งแกร่งของจิตใจ (X_7) ด้านความเป็นอิสระ (X_8) ด้านการควบคุมตัวเอง (X_9) และตัวแปรตาม คือ การเลือกพรรคขนาดใหม่ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.746 หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีผลต่อการเลือกพรรคขนาดใหม่ ร้อยละ 74.7

ดังนั้น ปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งกับการเลือกพรรคขนาดใหม่ มีอิทธิพลต่อกันในระดับสูง เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) อยู่ระหว่าง 0.71-0.90 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R square) เท่ากับ 0.557 หมายความว่า การเลือกพรรคขนาดใหม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ร้อยละ 55.7

ค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.555 หมายถึง สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเมื่อขจัดอิทธิพลของค่า R square ที่เกิดจากจำนวนตัวอย่าง ปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรรคขนาดใหม่ ได้ร้อยละ 55.5

มีค่า SE (est.) เท่ากับ 0.33 หน่วย หมายความว่า ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการประมาณค่าที่เกิดจากการใช้โมเดลนี้จะมีค่าเท่ากับ 0.33 หน่วย

ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าสามารถปฏิเสธ H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ซึ่งประกอบด้วย ด้านแสวงหาประโยชน์ (X_1) ด้านเป็นคนสังคม (X_2) ด้านชอบคิดค้น (X_3) ด้านคนเสรีนิยม (X_4) ด้านเปิดเผย (X_5) ด้านวิตกกังวล (X_6) ด้านความแข็งแกร่งของจิตใจ (X_7) ด้านความเป็นอิสระ (X_8) ด้านการควบคุมตัวเอง (X_9) มีผลต่อการเลือกพรรคขนาดใหม่หรืออาจกล่าวได้ว่า มีตัวแปรอิสระของปัจจัย ด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีผลต่อตัวแปรตามที่ทำให้สามารถพยากรณ์ ผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามเกี่ยวกับการเลือกพรรคขนาดใหม่ได้

สามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกพรคขนาดใหม่ซึ่ง
สามารถเขียนเป็นสมการของ Multiple Linear Regression ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = -0.264 + 0.045(X_1) + 0.045(X_2) + 0.115(X_3) + 0.063(X_4) + 0.072(X_6) - 0.294(X_7) + 0.413(X_9)$$

เมื่อ $\hat{Y}$ = การเลือกพรคขนาดใหม่

(X₁) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านแสวงหาประโยชน์

(X₂) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านเป็นคนสังคม

(X₃) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านชอบคิดค้น

(X₄) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านเสรีนิยม

(X₆) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านวิตกกังวล

(X₇) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านความแข็งแกร่งของจิตใจ

(X₉) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านการควบคุมตัวเอง

$$\text{Standardized } \hat{Z} = -3.327 + 0.092(X_1) + 0.097(X_2) + 0.264(X_3) + 0.116(X_4) + 0.099(X_6) - 0.376(X_7) + 0.667(X_9)$$

เมื่อ $\hat{Z}$ = การเลือกพรคขนาดใหม่

(X₁) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านแสวงหาประโยชน์

(X₂) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านเป็นคนสังคม

(X₃) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านชอบคิดค้น

(X₄) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านเสรีนิยม

(X₆) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านวิตกกังวล

(X₇) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านความแข็งแกร่งของจิตใจ

(X₉) = ปัจจัยของบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ด้านการควบคุมตัวเอง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้ยืนยันอย่างมีนัยสำคัญว่า “บุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง” เป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเลือกพรรคอนาคตใหม่ โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($R = 0.746$) และความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ($R^2 = 0.557$) อยู่ในระดับสูง สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพสามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Allport (1961) และ McConnell (1977) ที่มองว่าบุคลิกภาพเป็นโครงสร้างภายในที่กำหนดรูปแบบความคิดและพฤติกรรมของบุคคล รวมถึงพฤติกรรมทางการเมือง ทั้งนี้ในเชิงองค์ประกอบ พบว่าบุคลิกภาพด้าน “ชอบคิดค้น” และ “เสรีนิยม” มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกพรรคอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบแนวคิดของ Fromm (1941) ที่เสนอว่าบุคลิกภาพแบบ Productive Orientation มีแนวโน้มเปิดรับการเปลี่ยนแปลงและสนับสนุนโครงสร้างสังคมใหม่ ขณะเดียวกัน แนวคิดเสรีนิยมของ Locke (1963) ที่เน้นสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของพรรคอนาคตใหม่ จึงเกิด “ความสอดคล้องเชิงคุณค่า (Value Congruence)” ระหว่างผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งกับพรรคการเมือง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าบุคลิกภาพบางมิติ เช่น ความเปิดเผย (Extroversion) และความเป็นอิสระ (Independence) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า แม้บุคลิกภาพจะมีบทบาทสำคัญ แต่ไม่ใช่ทุกมิติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองโดยตรง สอดคล้องกับงานของ Ackermann (2017) และ Barbaranelli (2007) ที่ระบุว่าบุคลิกภาพบางลักษณะเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้ง ขึ้นอยู่กับบริบททางการเมืองและอุดมการณ์ของพรรค

กล่าวได้ว่างานวิจัยนี้สอดคล้องกับ “ทฤษฎีบุคลิกภาพ” ในบริบทพฤติกรรม การเลือกตั้ง ซึ่งเดิมมักเน้นปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น เศรษฐกิจหรือสังคม โดยผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ตัวแปรเชิงจิตวิทยามีอำนาจในการอธิบายพฤติกรรมทางการเมืองในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cattell (2016) และ Eysenck (1947) ที่มองว่าบุคลิกภาพเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในหลากหลายบริบท นอกจากนี้ยังบูรณาการแนวคิดบุคลิกภาพ (Cattell, 2016; Fromm, 1941) เข้ากับแนวคิด

อุดมการณ์ทางการเมือง (Liberalism vs Conservatism) ของ Locke (1963) และ Burke (2004) ทำให้เกิดกรอบการอธิบายใหม่ในลักษณะ “Personality-Ideology Linkage Model” ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะภายในของบุคคลกับการเลือกพรรคการเมืองได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงการเติมเต็มช่องว่างของวรรณกรรมในบริบทประเทศไทย ซึ่งยังมีการศึกษาจำกัดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง โดยเฉพาะในกรณีพรรคการเมืองใหม่ที่มีอุดมการณ์ชัดเจน เช่น พรรคอนาคตใหม่

ข้อค้นพบ/องค์ความรู้ใหม่

ปัจจัยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งประกอบด้วย ด้านแสวงหาประโยชน์ ด้านเป็นคนสังคม ด้านชอบคิดค้น ด้านเสรีนิยม ด้านเปิดเผย ด้านวิตกกังวล ด้านความแข็งแกร่งของจิตใจ ด้านความเป็นอิสระ ด้านการควบคุมตัวเอง ส่งผลต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีผลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ในเชิงการปฏิบัติ ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญต่อทั้งพรรคการเมือง นักสื่อสารทางการเมือง และผู้กำหนดนโยบาย พรรคการเมืองสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการ “กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเชิงจิตวิทยา (Psychographic Targeting)” โดยเน้นการสื่อสารที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มที่มีลักษณะชอบคิดค้น และเปิดรับการเปลี่ยนแปลง ควรใช้สารที่เน้นนวัตกรรม ความก้าวหน้า และอนาคต

2. ผลการวิจัย พบว่าบุคลิกภาพพรรคอนาคตใหม่ บุคลิกภาพแบบเสรีนิยม สำหรับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งก็สามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อพิจารณาการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง เพื่อให้ได้พรรคการเมืองทำเพื่อพัฒนาประเทศ และทำเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง ดังนั้นการสร้าง “บุคลิกภาพตราพรรค (Political Brand Personality)” ควรมีความชัดเจนและสอดคล้องกับอุดมการณ์ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับผู้มีสิทธิ

เลือกตั้งในระดับอัตลักษณ์ (Identity Level) ซึ่งจะช่วยเพิ่มความภักดีและการสนับสนุนทางการเมืองในระยะยาว

3. ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ส่งผลต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งมีผลต่อการเลือกพรรคอนาคตใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประชาธิปไตยสามารถใช้ผลการวิจัยนี้ในการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยคำนึงถึงความแตกต่างด้านบุคลิกภาพของประชาชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการมีส่วนร่วมและการสื่อสารสาธารณะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ตัวแปรเรื่องทัศนคติทางการเมือง อุดมการณ์ทางการเมือง มาศึกษาเพิ่มเติม
2. ควรทำการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงลึกมากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่เลือกพรรคอนาคตใหม่ เป็นต้น
3. ควรทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งกับบุคลิกภาพของผู้ที่เลือกพรรคอนาคตใหม่ เพื่อให้เห็นความแตกต่างของลักษณะบุคลิกภาพดังกล่าว

รายการอ้างอิง

- ศาลรัฐธรรมนูญ. (2563). “ยุบพรรคอนาคตใหม่”. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/289173>
- สุพัฒน์ สุกมลสันต์. (2553). ขนาดผล: ความมีนัยสำคัญทางปฏิบัติในการวิจัย. *วารสารภาษาปริทัศน์*, 25, 26-38. https://www.culi.chula.ac.th/Images/asset/pasaa_paritat_journal/file-25-148-dvkis2254169.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Ackermann, K. (2017). Individual Differences and Political Contexts – The Role of Personality Traits and Direct Democracy in Explaining Political Protest. *Swiss Political Science Review*, 23(1), 21-49. doi:10.1111/spsr.12227.
- Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. United State of America : Rinehart and Winston.
- Barbaranelli, C., Caprara, G.V., Vecchione, M., Fraley, C.R. (2007). Voters’ personality traits in presidential elections. *Personality and Individual Differences*, 42(7), 1199-1208. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.09.029>
- Burke, E. (2004). *His political philosophy*. Metaphysics Research Lab, Stanford University.
- Cattell, R. B. (2016). *Description and measurement of personality*. World Book Company.
- Constitutional Court of Thailand. (2020). *Constitutional Court ruling No. 17/2563 (2020)*. https://www.constitutionalcourt.or.th/occ_en/download/article/article_20210916111807.pdf
- Election Commission of Thailand. (2019). *Official results of the 2019 general election*. <https://www.ect.go.th>

- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Eysenck, H. J. (1947). *Dimensions of personality*. Kegan Paul.
- Fromm, E.H. (1941). *Escape from Freedom*. New York: Holt, Reinhart and Winston.
- Hiel, A.L., Kossowska, M. (2000). The relationship between Openness to Experience and political ideology. *Personality and Individual Differences*. 28(4), 741-751. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(99\)00135-X](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(99)00135-X)
- Locke, J. (1963). *Two treatises of government*. Cambridge England.
- McConnell, J. V. (1977). *Understanding human behavior: An introduction of psychology*. (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Smith, G. (2009). Conceptualizing and Testing Brand Personality in British Politics. *Journal of Political Marketing*, 8, 209-232. <https://doi.org/10.1080/15377850903044858>
- Yamane, T. (1963). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.