

# การวางแผนและปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียง ด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน ในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา\*

## PLANNING AND IMPLEMENTATION OF DOOR-TO-DOOR CAMPAIGNING IN THE SONGKHLA PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION ELECTION

ประสิทธิ์ ช่วยชูสกุล<sup>1</sup>, วิทยธร ท่อแก้ว<sup>2</sup> และ กานต์ บุญศิริ<sup>3</sup>

Prasit Chuaychoosakoon<sup>1</sup>, Wittayatorn Tokeaw<sup>2</sup> and Karn Boonsiri<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

<sup>1-3</sup> Department of Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

Corresponding Author's Email: parsitchoosakoon@gmail.com

วันที่รับบทความ : 5 มิถุนายน 2569; วันที่แก้ไขบทความ 24 มิถุนายน 2569; วันที่ตอบรับบทความ : 26 มิถุนายน 2569

Received 5 June 2026; Revised 24 June 2026; Accepted 26 June 2026

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การวางแผนการสื่อสารเพื่อการหาเสียง ด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน และ 2) การปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งศึกษาผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการสื่อสารในการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน จำนวน 27 คน จาก 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภา อบจ. สงขลา 2) ที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร 3) หัวหน้าแผนกที่ร่วมปฏิบัติงานในพื้นที่ 4) ตัวแทนประชาชนในเขตเลือกตั้งในฐานะผู้รับ

Citation:



\* ประสิทธิ์ ช่วยชูสกุล, วิทยธร ท่อแก้ว และ กานต์ บุญศิริ. (2569). การวางแผนและปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียง ด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน ในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา.

วารสารสหศาสตร์การพัฒนสังคม, 4(4), 1238-1254.

Prasit Chuaychoosakoon, Wittayatorn Tokeaw and Karn Boonsiri. (2026). Planning And Implementation Of Door-To-Door Campaigning In The Songkhla Provincial Administrative Organization Election.

Journal of Interdisciplinary Social Development, 4(4), 1238-1254.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

สาร และ 5) นักวิชาการสื่อสารการเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาสรุปเชิงประเด็น

ผลการวิจัย พบว่า 1) การวางแผนการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน ต้องเริ่มจากการเข้าใจบริบทพื้นที่และประชาชนอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลาอย่างเหมาะสม พร้อมออกแบบสารและบทสนทนาให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของชุมชน รวมถึงจัดลำดับกระบวนการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การแนะนำตัวจนถึงการสรุปบทสนทนา การบริหารทีม เช่น การแบ่งบทบาทและการซักซ้อม มีความสำคัญ และต้องใช้ตัวชี้วัดเพื่อติดตามผลและปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง และ 2) การปฏิบัติการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน ต้องอาศัยทั้งระบบจัดการและทักษะทีมควบคู่กัน มีระบบควบคุมคุณภาพการสื่อสาร การรายงาน และการส่งต่อข้อมูล พร้อมใช้เครื่องมือสนับสนุน เช่น แผนที่และแบบบันทึก ทีมต้องมีทักษะการสื่อสารเฉพาะหน้า เช่น การรับฟังและการตอบคำถามอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ในสถานการณ์กดดัน รวมถึงใช้สื่อดิจิทัลช่วยติดตามและขยายผล สุดท้ายทำให้เกิดความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นระยะยาว และเพิ่มความสำเร็จในการหาเสียงระดับพื้นที่

**คำสำคัญ:** การวางแผนการสื่อสาร, การปฏิบัติการสื่อสาร, การหาเสียง, การเดินเคาะประตูบ้าน, การเลือกตั้งสมาชิกสภา

## Abstract

This research aims to study: 1) communication planning for door-to-door campaigns, and 2) communication operations for door-to-door campaigning in the election of Songkhla Provincial Administrative Organization Council members. This qualitative study focuses on individuals directly involved in door-to-door campaign communication, totaling 27 participants from five groups: 1) candidates for the Songkhla Provincial Administrative Organization Council, 2) communication consultants, 3) local campaign coordinators working in the field, 4) representatives of voters in the constituency as message receivers, and 5) political communication scholars. The research instruments used were structured in-depth interviews, and the data were analyzed using thematic content analysis

The findings revealed that: 1) Communication planning for door-to-door campaigning must begin with a deep understanding of the local context and residents in order to define appropriate strategies, target groups, and timing. Messages and conversations should be designed to reflect community problems and needs, while the communication process should be systematically structured from introduction to closing. Team management, such as role allocation and rehearsal, is important, and performance indicators should be used to monitor and continuously improve the work. 2) Communication operations for door-to-door campaigning requires both management systems and team skills. It needs a communication quality control system, reporting, and information transfer, along with supporting tools such as maps and recording forms. Teams must have situational communication skills, including active listening and appropriate responses, to build trust even under pressure. Digital tools are also used to track and expand results. Ultimately, this leads to long-term relationships and trust, and increases the success of local-level campaigning.

**Keywords:** communication planning, communication operations, election campaigning, door-to-door campaigning, council member election

## บทนำ

การเดินเคาะประตูบ้านเป็นกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองที่เน้นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าและการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับประชาชน ช่วยสร้างความไว้วางใจ เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และทำให้ผู้สมัครสามารถรับรู้ปัญหาและความต้องการของประชาชนได้อย่างใกล้ชิด แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการสื่อสารแบบสองทางและการสื่อสารเชิงมีส่วนร่วม อีกทั้งสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎีการโน้มน้าวใจ ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม และทฤษฎีการกำหนดวาระ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเดินเคาะประตูบ้านเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (McCombs & Shaw, 1972; Petty & Cacioppo, 1986; Tajfel & Turner, 1979)

ปัญหาการวางแผนและปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน เป็นอุปสรรคสำคัญต่อประสิทธิภาพของกลยุทธ์ในระดับพื้นที่ แม้จะเป็นวิธีที่เข้าถึงประชาชนได้โดยตรง แต่หากขาดการวางแผนที่ดีจะเกิดข้อจำกัดหลายด้าน ประการแรก คือ การขาดข้อมูลเชิงพื้นที่อย่างเป็นระบบ ทำให้การกำหนดเส้นทาง กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลาไม่แม่นยำ ส่งผลให้ใช้ทรัพยากรไม่คุ้มค่าและเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งสำคัญได้ไม่ครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการณรงค์หาเสียงภาคสนาม (Field Campaigning) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของข้อมูลผู้มีสิทธิเลือกตั้งและการกำหนดเป้าหมายมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการหาเสียง (Gerber & Green, 2016) ประการที่สอง คือ ปัญหาด้านบุคลากรและการสื่อสารของทีม หากทีมขาดทักษะ ความเข้าใจนโยบาย หรือสื่อสารไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจสร้างความสับสนและกระทบต่อภาพลักษณ์ของผู้สมัคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Communication) ที่เน้นความสอดคล้องของสารและการประสานงานภายในองค์กร (Cornelissen, 2020) ประการที่สาม คือ ข้อจำกัดด้านเวลา สภาพแวดล้อม และบริบททางสังคม เช่น ประชาชนไม่อยู่บ้าน ความไม่พร้อมในการให้ข้อมูล หรือความอ่อนไหวทางการเมือง ซึ่งล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารแบบเผชิญหน้า และอาจทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวัง โดยงานศึกษาด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองพบว่าปัจจัยด้านบริบททางสังคมและความพร้อมของประชาชนมีผลต่อการตอบสนองต่อกิจกรรมการณรงค์หาเสียงโดยตรง (Verba, Scholzman, & Brady, 1995)

การเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2568 มีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่น เนื่องจาก ส.อบจ. มีบทบาทในการพิจารณางบประมาณ ออกข้อบัญญัติ และตรวจสอบการบริหารงานของฝ่ายบริหาร การแข่งขันทางการเมืองที่เข้มข้นทำให้ผู้สมัครต้องนำเสนอนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน พร้อมใช้ทั้งการหาเสียงแบบดั้งเดิมและสื่อดิจิทัลในการสื่อสารกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้ง การเลือกตั้งครั้งนี้จึงเป็นทั้งกลไกสำคัญของประชาธิปไตยท้องถิ่นและเวทีสะท้อนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดอนาคตของจังหวัดสงขลา (คณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2568; Norris, 2000; Chadwick, 2017)

ดังนั้นการวิจัยเรื่อง “การวางแผนและปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา” มุ่งศึกษากระบวนการวางแผนและการปฏิบัติการหาเสียงในพื้นที่จริง เพื่อสะท้อนรูปแบบ วิธีคิด กลยุทธ์

และขั้นตอนที่สอดคล้องกับบริบทสังคม การเมือง และวัฒนธรรมของจังหวัดสงขลา ผลที่ได้ช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการสื่อสารทางการเมืองระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า และการสร้างความไว้วางใจระหว่างผู้สมัครกับประชาชน และนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการหาเสียงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งด้านการจัดการพื้นที่ การบริหารทีมงาน การออกแบบสาร และการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละบริบทพื้นที่ ส่งผลให้การหาเสียงมีความสร้างสรรค์ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการวางแผนการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

## วิธีดำเนินการวิจัย

### รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา การเลือกใช้แนวทางคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากประสบการณ์ ความคิด ความรู้สึก และมุมมองของผู้ให้ข้อมูลอย่างละเอียด ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจบริบทจริง ความหมายที่ซ่อนอยู่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมหรือการตัดสินใจได้อย่างรอบด้าน วิธีนี้เปิดโอกาสให้มีการสัมภาษณ์ หรือ สนทนาแบบยืดหยุ่น ปรับคำถามให้เหมาะสมตามสถานการณ์ และเจาะประเด็นสำคัญได้ลึกยิ่งขึ้น

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 27 คน จาก 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภา อบจ. สงขลา 6 คน 2) ที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร 6 คน 3) หัวคะแนนที่ร่วมปฏิบัติงานในพื้นที่ 6 คน

4) กลุ่มตัวแทนประชาชนในเขตเลือกตั้งในฐานะผู้รับสาร 6 คน และ 5) นักวิชาการสื่อสารการเมือง 3 คน

### วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเฉพาะ คือ มีบทบาท มีประสบการณ์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นการวิจัย มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีบทบาทที่สำคัญในการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับความลึก เชื่อมโยงกันได้ และสะท้อนภาพรวมของการวางแผนการสื่อสารและการปฏิบัติการในการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้าน

### การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง ครอบคลุม และตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนแรกคือการกำหนดกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน เพื่อใช้เป็นหลักในการกำหนดประเด็นคำถาม จากนั้นจึงพัฒนาแนวคำถามสัมภาษณ์ (Interview Guide) ซึ่งมักอยู่ในรูปแบบกึ่งโครงสร้าง (Structured Interview) ที่มีความยืดหยุ่น เปิดโอกาสให้สามารถปรับคำถามตามบทสนทนาได้ คำถามควรเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายประสบการณ์ ความคิดและความรู้สึกได้อย่างละเอียด ขั้นตอนต่อมาคือการจัดลำดับคำถามจากง่ายไปยาก เริ่มด้วยคำถามทั่วไปเพื่อสร้างความคุ้นเคย จากนั้นเข้าสู่คำถามเชิงลึกในประเด็นสำคัญ โดยแบ่งคำถามออกเป็นหมวดหมู่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เช่น ประสบการณ์ การรับรู้ แนวคิด และข้อเสนอแนะ นอกจากนี้ควรเตรียมคำถามเสริม (Probing Questions) เพื่อใช้ขยายความเมื่อผู้ให้ข้อมูลตอบสั้นหรือไม่ชัดเจน

ก่อนนำเครื่องมือไปใช้จริง ผ่านผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยง ความตรงด้านเนื้อหา จำนวน 3 คน นำผลข้อเสนอแนะมาปรับ แล้วนำไปทดสอบเครื่องมือ (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลเป้าหมาย เพื่อประเมินความชัดเจนของคำถาม ความเหมาะสมของลำดับ และระยะเวลาในการสัมภาษณ์ ผลจากการทดลองใช้จะช่วยปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบคำถามให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การออกแบบเครื่องมือสัมภาษณ์ที่ดีจะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

## เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 การวางแผนการเดินทางเคาะประตูบ้านเพื่อหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

- 1) การวิเคราะห์พื้นที่ มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 2) การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนมีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 3) การกำหนดเนื้อหาการสนทนา มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 4) การกำหนดการจัดการทีม มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 5) การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น

ส่วนที่ 3 การปฏิบัติการเดินทางเคาะประตูบ้านเพื่อหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

- 1) การเตรียมการนัดหมายทีมปฏิบัติงาน มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 2) การลงมือปฏิบัติการสื่อสาร มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 3) การบันทึกข้อมูล มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 4) การสื่อสารและแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น
- 5) การประเมินผลการสื่อสารในการเดินทางเคาะประตู มีวิธีทำอย่างไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง เหตุผลทำไมจึงทำเช่นนั้น

## การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มจากขั้นตอนการเตรียมการอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยต้องกำหนดประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ออกแบบแนวคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับลำดับและเนื้อหาของคำถามตามสถานการณ์จริงได้ ตามที่ได้เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

โดยเน้นผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและมีข้อมูลสำคัญต่อประเด็นวิจัย เมื่อเข้าสู่ขั้นตอนการนัดหมาย ผู้วิจัยต้องแจ้งวัตถุประสงค์ ช่วงเวลา และรูปแบบการสัมภาษณ์อย่างชัดเจน พร้อมขอความยินยอมในการบันทึกเสียงหรือจดบันทึกข้อมูลระหว่างสัมภาษณ์ การเข้าสัมภาษณ์ควรเริ่มด้วยการสร้างความคุ้นเคยและสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกปลอดภัยและเปิดเผยข้อมูลอย่างเป็นธรรมชาติ การถามคำถามควรใช้ภาษาที่สุภาพ ชัดเจน และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลขยายความ เช่น ใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่หลากหลายและครอบคลุมในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องสังเกตพฤติกรรม น้ำเสียง และท่าทางควบคู่กับคำพูด เพื่อช่วยตีความข้อมูลได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น หลังการสัมภาษณ์ควรบันทึกสรุปประเด็นทันที รวมถึงตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนปิดการสัมภาษณ์ ขั้นตอนสุดท้ายคือการถอดความคำสัมภาษณ์อย่างถูกต้องและรอบคอบ เพื่อเตรียมข้อมูลเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบต่อไป วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ดำเนินการอย่างมีมาตรฐานจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ลึกซึ้ง และตอบโจทย์การวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการขั้นตอนแรกเริ่มจากการถอดความคำสัมภาษณ์อย่างละเอียด(Transcription) โดยบันทึกคำพูด น้ำเสียง และบริบทสำคัญ เพื่อให้ข้อมูลพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ จากนั้นผู้วิจัยอ่านทบทวนข้อมูลหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจภาพรวมและบริบท โดยเน้นการค้นหารูปแบบ ความสอดคล้อง และความแตกต่างของข้อมูล ขั้นตอนถัดไปคือการเข้ารหัสข้อมูล (Coding) แบ่งออกเป็นกำหนดรหัสเบื้องต้น (Open Coding) เพื่อระบุประเด็นสำคัญหรือความหมายเฉพาะในข้อมูล จากนั้นจัดกลุ่มรหัสที่มีลักษณะคล้ายกันเป็นหมวดหมู่ (Axial Coding) และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแต่ละหมวดหมู่ ขั้นตอนสุดท้ายคือการสรุปเป็นประเด็นหลัก ซึ่งเป็นแก่นสาระที่สะท้อนแนวคิด ความรู้สึก หรือประสบการณ์ร่วมของผู้ให้ข้อมูลเมื่อได้แก่ประเด็นหลัก ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์เป็นข้อสรุปเชิงประเด็น โดยอ้างอิงตัวอย่างจากคำสัมภาษณ์เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือ พร้อมตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) จากแหล่งข้อมูลอื่นประกอบ กระบวนการทั้งหมดนี้ช่วยให้ข้อสรุปเชิงประเด็นมีความเป็นระบบ มีหลักฐานรองรับ และสะท้อนบริบทจริงอย่างถูกต้องและลุ่มลึก ทำให้ตอบวัตถุประสงค์และคำถามวิจัยได้ครบถ้วน

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบ ดังนี้

### วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการวางแผนการสื่อสารเพื่อการทำเลื่องด้วยการเดิน

#### เคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย พบว่า การทำเลื่องรูปแบบนี้จะทรงพลังได้ ต้องเริ่มจากการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมตั้งแต่การอ่านพื้นที่ การอ่านประชาชนการออกแบบเนื้อหาการสนทนา การจัดการทีม ไปจนถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จอย่างเป็นระบบ มิใช่การลงพื้นที่แบบอาศัยประสบการณ์หรือความคุ้นเคยเพียงอย่างเดียว รายละเอียด ดังนี้

1) การวิเคราะห์พื้นที่ พบว่า ช่วยให้ผู้สมัครสามารถกำหนดเส้นทางลงพื้นที่ เลือกกลุ่มเป้าหมาย และออกแบบสารได้อย่างเหมาะสมกับแต่ละชุมชน รวมทั้งสามารถประเมินข้อจำกัดและความเสี่ยง เช่น พื้นที่เข้าถึงยาก พื้นที่อ่อนไหวทางวัฒนธรรม หรือพื้นที่ที่คู่แข่งมีความเข้มแข็ง ส่งผลให้การทำเลื่องมีประสิทธิภาพมากขึ้นและใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า

2) การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชน พบว่า ความต้องการของประชาชนในจังหวัดสงขลา มีทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน (เช่น ถนน น้ำท่วม น้ำประปา และบริการสาธารณะ) และด้านคุณภาพชีวิต (เช่น รายได้ ความปลอดภัย โอกาสของเยาวชน และความสงบสุข) การเก็บข้อมูลจากหน่วยงานท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการช่วยให้เข้าใจชุมชนได้ดีขึ้น นำไปสู่การออกแบบนโยบายหรือการทำเลื่องที่ตรงความต้องการ รวมถึงการรับฟังและนำข้อมูลไปปรับใช้จริงจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนต่อผู้สมัครอย่างมีนัยสำคัญ

3) การกำหนดเนื้อหาการสนทนา พบว่า การเตรียมลำดับบทสนทนาอย่างเป็นระบบ (แนะนำตัว เชื่อมโยงปัญหา นำเสนอนโยบาย และปิดการสนทนา) จะสามารถใช้เวลาที่จำกัดได้คุ้มค่า เนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ช่วยให้การพูดคุยไม่หลุดประเด็น ลดความขัดแย้ง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ผู้สมัคร นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นและการเตรียมรับมือสถานการณ์ต่าง ๆ ยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความน่าเชื่อถือในการสื่อสารอีกด้วย

4) การกำหนดการจัดการทีม พบว่า ทีมที่มีการแบ่งบทบาทชัดเจน มีระบบประสานงานที่ดี ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และสามารถปรับตัวตามบริบทพื้นที่ จะช่วยให้การสื่อสารของแคมเปญเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรบุคคล อีกทั้งทีมที่มีความน่าเชื่อถือ มีทักษะการสื่อสาร การรับ

ฟัง และมีวินัย จะถูกมองว่าเป็นหน่วยงานเชิงยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการรณรงค์มากกว่าเป็นเพียงอาสาสมัครทั่วไป

5) การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ พบว่า มีการกำหนดตัวชี้วัดครอบคลุมทั้งปริมาณ การเข้าถึงครัวเรือน คุณภาพของการสนทนา การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแนวโน้มการสนับสนุน รวมถึงข้อมูลสะท้อนกลับจากชุมชน ประสิทธิภาพของทีม และการขยายผลไปยังชุมชนและสื่อสังคมออนไลน์ ตัวชี้วัดเหล่านี้ทำหน้าที่เป็น “เข็มทิศเชิงข้อมูล” ที่ช่วยให้ผู้สมัครและทีมงานประเมินผล ปรับกลยุทธ์ และตัดสินใจได้อย่างเป็นระบบ

### **วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา**

ผลการวิจัย พบว่า การหาเสียงรูปแบบนี้ไม่ใช่แค่การลงพื้นที่ทั่วไป แต่เป็นระบบการทำงานเชิงยุทธศาสตร์ที่ต้องอาศัยการจัดการทีมอย่างเป็นระบบ การเตรียมเครื่องมืออย่างเหมาะสม ทักษะการสื่อสารเฉพาะหน้า และการบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อขยายผลอย่างต่อเนื่อง รายละเอียด ดังนี้

1) การจัดทีมปฏิบัติงาน ผลการศึกษา พบว่า การจัดทีมปฏิบัติงานในการเดินเคาะประตูบ้านเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ โดยแบ่งบทบาทออกเป็น 6 หน้าที่หลัก ได้แก่ การแจ้งล่วงหน้าเพื่อสร้างความพร้อมของชุมชน การพาเดินเพื่อเชื่อมโยงพื้นที่กับทีม การแนะนำเพื่อสื่อสารนโยบายและภาพลักษณ์ การสนับสนุนข้อมูลเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ การบันทึกภาพเพื่อขยายผลการสื่อสาร และการประเมินผลเพื่อเก็บข้อมูลและปรับกลยุทธ์ การจัดทีมลักษณะนี้ช่วยให้การหาเสียงมีความเป็นระบบ เป็นมืออาชีพ และครอบคลุมตั้งแต่การเตรียมงานจนถึงการประเมินผลอย่างครบวงจร

2) การเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ ผลการศึกษา พบว่า ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์มีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภาคสนาม โดยประกอบด้วย เอกสารข้อมูลเพื่อให้ประชาชนทบทวน เครื่องมือบันทึกข้อมูลเพื่อเก็บความต้องการและแนวโน้มการสนับสนุน อุปกรณ์สื่อสารเพื่อให้การประสานงานต่อเนื่อง รวมถึงอุปกรณ์บันทึกภาพและความปลอดภัยที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ ความต่อเนื่อง และความพร้อมของทีม โดยรวมแล้วเครื่องมือเหล่านี้เป็นโครงสร้างสนับสนุนที่ทำให้การเคาะประตูบ้านมีความเป็นระบบและยั่งยืน

3) การสื่อสารในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ผลการศึกษา พบว่า เป็นทักษะสำคัญที่สะท้อนความเป็นมืออาชีพของทีม โดยต้องยึดหลักความสุภาพ การให้เกียรติ และการควบคุม

อารมณ์ การรับมือข้อโต้แย้งควรใช้วิธีฟังให้เข้าใจก่อนแล้วจึงชี้แจง การเผชิญการปฏิเสธควรถอยอย่างสุภาพเพื่อรักษาภาพลักษณ์ระยะยาว ส่วนการรับเรื่องร้องทุกข์ต้องแสดงความเข้าใจและบันทึกข้อมูลเพื่อนำไปสู่การแก้ไขเชิงนโยบาย รวมถึงการสื่อสารภายในทีมที่มีประสิทธิภาพช่วยให้สามารถปรับแผนได้อย่างรวดเร็วในสถานการณ์ฉุกเฉิน

4) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ขยายผลการสื่อสาร ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการขยายผลการสื่อสารจากการเคาะประตูบ้านไปสู่พื้นที่ดิจิทัล โดยช่วยเพิ่มการรับรู้ผ่านภาพกิจกรรม สร้างภาพลักษณ์ผู้สมัคร และกระตุ้นการบอกต่อในเครือข่ายสังคม อีกทั้งยังเป็นช่องทางรับฟังความคิดเห็นอย่างรวดเร็ว ทำให้ทีมสามารถติดตามกระแสสาธารณะและปรับกลยุทธ์การหาเสียงภาคสนามได้อย่างต่อเนื่อง

## อภิปรายผล

### 1) วัตถุประสงค์ที่ 1 การวางแผนการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

ผลการวิจัยชี้ว่า การเดินเคาะประตูบ้านจะมีประสิทธิภาพสูงต้องอาศัยการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์อย่างครบวงจร ครอบคลุมการวิเคราะห์พื้นที่ ความต้องการประชาชน การออกแบบเนื้อหาสนทนา การจัดทีม และการกำหนดตัวชี้วัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่มองการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีเป้าหมายและออกแบบอย่างเป็นระบบ (Hallahan et al., 2007) โดยการวางแผนช่วยควบคุมทรัพยากร เวลา และสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดความคลาดเคลื่อนของทีม และส่งเสริมการเรียนรู้จากข้อมูลสะท้อนกลับ นอกจากนี้ ความสม่ำเสมอของอัตลักษณ์การสื่อสาร เช่น โทนาลี ข้อความ และสื่อประกอบ (แผ่นพับ การ์ด เสื้อทีม และสื่อออนไลน์) ยังช่วยเพิ่มการจดจำและความเชื่อมั่นของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยทำให้การพบปะภาคสนามเชื่อมโยงต่อเนื่องกับการรับรู้ผ่านสื่ออื่น (วรพงษ์ ปลอดมุสิก, 2568)

การวิเคราะห์พื้นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการหาเสียงแบบเคาะประตูบ้าน โดยเฉพาะในจังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายทั้งพื้นที่เมือง ชานเมือง ชนบท ชายฝั่ง และพหุวัฒนธรรม การสื่อสารเชิงการเมืองควรคำนึงถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และโครงสร้างอำนาจในพื้นที่ (Servaes, 2008) เพื่อให้สามารถวางแผนเส้นทาง การจัดลำดับพื้นที่ และการเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ รวมถึงประเมินความเสี่ยงล่วงหน้าได้อย่างเหมาะสม ในเชิง

ทฤษฎี การวิเคราะห์พื้นที่ทำหน้าที่กำหนดบริบทของการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ซึ่งต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์จริงและทุนความไว้วางใจ จึงมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการเคาะประตูบ้าน (Trent & Friedenberg, 2016)

การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนก่อนลงพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความไว้วางใจ และสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบสองทางที่เน้นการรับฟัง การโต้ตอบ และการนำข้อมูลย้อนกลับไปปรับกลยุทธ์ (Grunig & Hunt, 1984) โดยสะท้อนมากกว่าการเก็บข้อมูลเพื่อฐานเสียง แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางการเมืองในระดับครัวเรือนที่ประชาชนรู้สึกมีส่วนร่วมและได้รับการเคารพ แนวคิดนี้ยังเชื่อมโยงกับทุนทางสังคมที่มองว่าความไว้วางใจและเครือข่ายความสัมพันธ์เป็นทรัพยากรสำคัญต่อความร่วมมือทางสังคมและการเมือง (Putnam, 2000) รวมถึงแนวคิดการโน้มน้าวใจผ่าน Ethos และ Pathos ที่เกิดจากการฟังอย่างจริงจังและการนำข้อมูลไปปรับนโยบาย (Aristotle, trans. 2007) โดยภาพรวมการเคาะประตูบ้านเป็นยุทธวิธีสื่อสารแบบสองทางที่มีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยการวิจัยพื้นที่ การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบข้อความ และการจัดการปฏิบัติการอย่างเป็นระบบ มากกว่าการลงพื้นที่แบบเฉพาะกิจ (สุพรรณา ภัทรเมธาวารกุล และคณะ, 2565)

การกำหนดเนื้อหาการสนทนาในการเคาะประตูบ้านต้องออกแบบให้คม กระชับ และยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง โดยปรับให้เหมาะกับแต่ละครัวเรือนตามกรอบ SMCR ซึ่งพิจารณาคุณลักษณะของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และช่องทาง (Berlo, 1960) ในทางปฏิบัติ สคริปต์หรือโครงเรื่องสนทนาทำหน้าที่ควบคุมความสอดคล้องของสาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความน่าเชื่อถือในการสื่อสารการเมือง (McNair, 2018) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดเส้นทางการโน้มน้าวใจแบบสองทาง (ELM) โดยบ้านที่มีความสนใจการเมืองสูงจะตอบสนองต่อเหตุผลเชิงนโยบาย (central route) ขณะที่บ้านทั่วไปจะได้รับอิทธิพลจากความเป็นมิตรและความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสาร (peripheral route) (Petty & Cacioppo, 1986)

การจัดการทีมและการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จสะท้อนว่าการเคาะประตูบ้านเป็นหน่วยปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ ไม่ใช่เพียงงานอาสาสมัคร โดยทีมทำหน้าที่เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของผู้สมัคร (Trent & Friedenberg, 2016) การแบ่งบทบาท การประสานงาน และวินัยในการทำงานช่วยลดความคลาดเคลื่อนของสารและความขัดแย้ง ขณะเดียวกัน การใช้ตัวชี้วัดทำให้การหาเสียงขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เกิดการเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่องตามแนวคิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่เน้นการติดตามและประเมินผล (Hallahan et al., 2007)

ภาพรวมจึงชี้ว่าการเคาะประตูบ้านในสงขลาเป็นการบูรณาการทั้งพื้นที่ ความต้องการประชาชน การออกแบบสาร ทิม และการประเมินผล เพื่อเปลี่ยนปฏิสัมพันธ์ระดับครัวเรือนให้เป็นความไว้วางใจและการตัดสินใจทางการเมืองอย่างเป็นระบบ

## 2) วัตถุประสงค์ที่ 2 การปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการหาเสียงด้วยการเดินเคาะประตูบ้านในเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

ผลการวิจัยชี้ว่า การเดินเคาะประตูบ้านเป็นระบบปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ที่ต้องประกอบด้วยโครงสร้างทีม เครื่องมือและอุปกรณ์ ทักษะการสื่อสารเฉพาะหน้า และการขยายผลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่มุ่งนำแผนไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับครัวเรือน เพื่อการแนะนำตัว สื่อสารนโยบาย รับฟัง และโน้มน้าวใจ (Trent & Friedenber, 2016) นอกจากนี้ งานวิจัยยังชี้ว่าการจัดระบบการทำงานภาคสนามในลักษณะองค์กรย่อยที่มีการแบ่งงาน ควบคุมคุณภาพ และเก็บข้อมูลย้อนกลับอย่างต่อเนื่องจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการหาเสียง และจะยิ่งทรงพลังมากขึ้นเมื่อผู้สมัครลงพื้นที่ในจุดยุทธศาสตร์ด้วยตนเอง ไม่ใช่พึ่งพาทีมเพียงอย่างเดียว (Baum & Owens, 2022)

การจัดทีมเคาะประตูบ้านแบบ 6 หน้าที่ได้แก่ การแจ้ล่วงหน้า การพาเดิน การแนะนำ การสนับสนุนข้อมูล การบันทึกภาพ และการประเมินผล ช่วยทำให้การสื่อสารแบบเผชิญหน้ามีความเป็นมืออาชีพและลดความคลาดเคลื่อนของสาร (McNair, 2018) โดยบทบาทที่ชัดเจนช่วยให้การสื่อสารนโยบายมีความสม่ำเสมอ ขณะที่ฝ่ายสนับสนุนข้อมูลช่วยเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ (Ethos) (Aristotle, trans. 2007) นอกจากนี้ การแจ้ล่วงหน้าและการพาเดินช่วยสร้างความไว้วางใจและลดความระแวง ซึ่งเป็นทุนทางสังคมสำคัญ (Putnam, 2000) และการประเมินผลสะท้อนแนวคิดการสื่อสารแบบสองทางที่นำข้อมูลย้อนกลับมาปรับกลยุทธ์ (Grunig & Hunt, 1984) โดยรวม แนวทางดังกล่าวผสมผสานการทำงานเป็นทีม สื่อประกอบ ภาพลักษณ์ที่ชัดเจน และการใช้ข้อมูลภาคสนาม เพื่อทำให้การเคาะประตูบ้านเป็นกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบ สม่ำเสมอ และสามารถแปลงเป็นความไว้วางใจและการสนับสนุนทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นันท์วัชร โคตรวงศ์ และคณะ, 2564)

เครื่องมือและอุปกรณ์ในการเคาะประตูบ้าน เช่น แผ่นพับ นามบัตร เอกสารแนะนำผู้สมัคร แบบบันทึกข้อมูล รวมถึงอุปกรณ์สื่อสารและความปลอดภัย ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างสนับสนุนการสื่อสารภาคสนาม ช่วยให้สารจากการสนทนาไม่สูญหายหลังจบการพบปะ โดยในกรอบ SMCR สื่อสิ่งพิมพ์ทำหน้าที่เป็น “สารจับต้องได้” ที่ช่วยย้ำการรับรู้และการจดจำของผู้รับสาร (Berlo, 1960) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดการเมืองที่มองว่าการ

เลือกตั้งคล้ายการตัดสินใจเชิงเปรียบเทียบ โดยผู้สมัครต้องมีข้อมูลชัดเจนเพียงพอให้ประชาชนใช้ประกอบการตัดสินใจ (Newman, 1999) และการบันทึกข้อมูลภาคสนามช่วยเสริมการกำกับติดตามเชิงกลยุทธ์ ทำให้ทีมสามารถใช้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับข้อกังวลและแนวโน้มการสนับสนุนเพื่อปรับแผนได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ยึดติดกับการคาดเดา (Hallahan et al., 2007)

ทักษะการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการเคาะประตูบ้าน เน้นความสุภาพ การให้เกียรติ การฟังมากกว่าการตอบโต้ การถอยอย่างเหมาะสมเมื่อถูกปฏิเสธ และการรับเรื่องราวทุกข์ด้วยความเข้าใจ พร้อมการประสานงานภายในทีมเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน ในเชิงทฤษฎี แนวคิด ELM (Petty & Cacioppo, 1986) อธิบายว่าเมื่อผู้รับสารมีอารมณ์ลบหรือยังไม่พร้อมรับข้อมูล จะใช้ “เส้นทางรอบนอก” เป็นหลัก ดังนั้นทีมต้องสร้างความน่าเชื่อถือและบรรยากาศที่ดี ก่อนนำเสนอเหตุผลเชิงนโยบายผ่าน “เส้นทางส่วนกลาง” ในจังหวะที่เหมาะสม ขณะเดียวกัน หลักการโน้มน้าวใจของ Cialdini (2009) ชี้ว่าการรับฟังและช่วยแก้ปัญหาชุมชน ช่วยสร้างแรงตอบแทน (reciprocity) และเมื่อผู้รับสารมีท่าทีเชิงบวก จะเกิดความสม่ำเสมอ (commitment & consistency) ซึ่งเพิ่มโอกาสการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยขยายผลจากการเคาะประตูบ้านสู่พื้นที่สาธารณะดิจิทัล ทำให้การรณรงค์ระดับฐานรากถูกต่อยอดและกระจายซ้ำในวงกว้างผ่านภาพกิจกรรมและเรื่องเล่าภาคสนาม ซึ่งช่วยเสริมการรับรู้ แปรนัยผู้สมัคร และความคุ้นเคยตามหลักอิทธิพลทางสังคม (Cialdini, 2009) การบันทึกภาพและสื่อสารผ่านทีมงานจึงเป็นกลไกสำคัญ ไม่ใช่งานเสริม เพราะทำให้การพบปะในชีวิตจริงถูกต่อยอดเป็นการรับรู้หลายครั้งในโลกออนไลน์ เพิ่มความน่าเชื่อถือและความเชื่อมโยงทางอารมณ์ โดยเคาะประตูบ้านยังคงเป็นสื่อฐานรากที่มีพลังสูง เพราะสร้างปฏิสัมพันธ์ตรง รับฟัง และปรับกลยุทธ์จากข้อมูลจริง (McNair, 2018; Trent & Friedenberg, 2016) เมื่อผสานกับสื่อดิจิทัล เช่น Facebook, LINE, YouTube, TikTok และ X จะเกิดวงจรการสื่อสารแบบบูรณาการที่ทั้งเข้าถึงเชิงลึกและเชิงกว้าง เพิ่มความไว้วางใจและความต่อเนื่องของภาพลักษณ์ผู้สมัคร พร้อมสร้างระบบป้อนกลับเพื่อพัฒนากลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง (นันทนา นันทวโรภาส และ รพีส์ แสงผ่อง, 2562)

## สรุป/ข้อเสนอแนะ

**สรุปผลการวิจัย** ผลการวิจัย พบว่า การวางแผนการสื่อสารการหาเสียงแบบเคาะประตูบ้านจะประสบความสำเร็จได้ ต้องอาศัยการวิเคราะห์พื้นที่และความต้องการของประชาชนอย่างลึกซึ้ง การออกแบบเนื้อหาอย่างเป็นระบบ การจัดการทีมอย่างมียุทธศาสตร์ และการใช้ตัวชี้วัดที่ครอบคลุมหลายด้าน เพื่อให้การสื่อสารในระดับครัวเรือนมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ด้านคะแนนเสียงได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ การหาเสียงแบบเคาะประตูบ้านในการเลือกตั้ง อบจ.สงขลา เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการจัดการทีมอย่างเป็นระบบ ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ ทักษะการสื่อสารเฉพาะหน้า และการบูรณาการสื่อดิจิทัลอย่างเป็นเอกภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการโน้มน้าวใจในระดับพื้นที่ และส่งผลต่อความสำเร็จทางการเมืองอย่างเป็นรูปธรรม

**ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย** จากผลการวิจัยดังกล่าว มุ่งพัฒนาการหาเสียงแบบเคาะประตูบ้านให้เป็นระบบยุทธศาสตร์ โดย (1) กำหนดมาตรฐานการวางแผนที่ต้องเริ่มจากการวิเคราะห์พื้นที่ ประชาชน การออกแบบสาร การจัดการทีม และตัวชี้วัด พร้อมข้อมูลพื้นฐาน เช่น แผนที่ โซน และกลุ่มเป้าหมาย (2) ใช้ระบบฐานข้อมูลในการบันทึกและส่งข้อมูลกลับเพื่อปรับกลยุทธ์ พร้อมกำหนด KPI ทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ เพื่อลดการตัดสินใจแบบคาดเดา และ (3) บูรณาการการสื่อสารออฟไลน์และออนไลน์ โดยให้การเคาะประตูเป็นจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ และใช้สื่อดิจิทัลในการขยายผล ติดตาม และรับฟัง พร้อมยึดหลักจริยธรรมและความเป็นส่วนตัวของประชาชน

**ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป** การวิจัยครั้งต่อไป มุ่งศึกษาพัฒนาการหาเสียงแบบเคาะประตูบ้านใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ (1) การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินงานในพื้นที่ต่างบริบทของสงขลา (เมือง ชนบทชายฝั่ง และพหุวัฒนธรรม) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการวางแผน ทีม เครื่องมือ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและการสนับสนุน (2) การพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการสนทนา เพื่อเชื่อมโยงพฤติกรรมสื่อสารกับผลลัพธ์ทางการเมือง เช่น ความเชื่อมั่นและการตัดสินใจเลือกตั้ง และ (3) การศึกษาโมเดลบูรณาการออฟไลน์-ออนไลน์ เพื่อประเมินรูปแบบการสื่อสารดิจิทัลที่ช่วยเสริมความสัมพันธ์จากการลงพื้นที่ พร้อมพิจารณาความเหมาะสมต่อกลุ่มประชากรและประเด็นจริยธรรมด้านข้อมูลในบริบทการเมืองท้องถิ่น

## เอกสารอ้างอิง

- นันทนา นันทวโรภาส และรหัส แสงผ่อง. (2562). การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. 2560: ศึกษากรณีการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 24 มีนาคม 2562. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 8(2), 274–288.
- นันทวัชร โคตรวงศ์ และคณะ. (2564). การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(2), 119–134.
- วรพงษ์ ปลอดมุสิก. (2025). การสื่อสารเชิงอัตลักษณ์เพื่อการตลาดการเมือง: สี่แทนพรรคการเมืองไทย. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์, 7(5), 59–73.
- สุพรรณา ภัทรเมธาวรกุล และคณะ. (2565). กระบวนการสื่อสารในการหาเสียงเลือกตั้งของนักการเมืองท้องถิ่น. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 11(6), A177–A196.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.). (2568). ข้อมูลและประกาศการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
- Aristotle. (2007). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse* (G. A. Kennedy, Trans.). Oxford : Oxford University Press.
- Baum, C. L., & Owens, M. F. (2022). Does personal door-to-door campaigning influence voters? Evidence from a field experiment (SSRN Working Paper, Preprint). SSRN.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication*. New York : Holt, Rinehart and Winston.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. Continuum.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. (2nd ed.). Oxford University Press.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and Practice*. (5th ed.). Boston : Pearson.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. (6th ed.). Sage Publications.

- Gerber, A. S., & Green, D. P. (2016). *Get Out the Vote: How to Increase Voter Turnout*. (4th ed.). Brookings Institution Press.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Hallahan, K., et al. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McNair, B. (2018). *An Introduction to Political Communication*. (6th ed.). London: Routledge.
- Newman, B. I. (1999). *The Mass Marketing of Politics*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York : Simon & Schuster.
- Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. New Delhi: Sage.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33–47).
- Trent, J. S., & Friedenberg, R. V. (2016). *Political Campaign Communication: Principles and Practices* (8th ed.). Lanham, MD : Rowman & Littlefield.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press.