

กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณี
การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง*
THE CAMPAIGN STRATEGY FOR ELECTION: A CASE STUDY OF
VOTING CAMPAIGN OF POLITICAL PARTIES IN TRANG PROVINCE

อนัญญา สวัสดิสาร¹, สุปรีชา ชำนาญภูมิพร² และ สิทธิพงษ์ สิทธิภัทรประภา³

Ananya Sawatdisan¹, Supreecha Chamnanphuttiphon² and Sitthipong Sitthiphataraprabha³

¹⁻³มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาโสกราช

¹⁻³Mahamakut Buddhist University, Sri Dharma Sokraj Campus, Thailand

Corresponding Author's Email: ananyayu94@gmail.com

วันที่รับบทความ : 24 กุมภาพันธ์ 2569; วันแก้ไขบทความ 5 มีนาคม 2569; วันที่ตอบรับบทความ : 7 มีนาคม 2569

Received 24 February 2026; Revised 5 March 2569; Accepted 7 March 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง 2) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง 3) เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยรวบรวมข้อมูลทางเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์แบบเจาะจง และจัดเสวนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้เชี่ยวชาญและ

Citation:



* อนัญญา สวัสดิสาร, สุปรีชา ชำนาญภูมิพร และ สิทธิพงษ์ สิทธิภัทรประภา. (2569). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง.

วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 4(2), 938-953.

Ananya Sawatdisan, Supreecha Chamnanphuttiphon and Sitthipong Sitthiphataraprabha. (2026).

The Campaign Strategy For Election: A Case Study Of Voting Campaign Of Political Parties In Trang Province. Modern Academic Development and Promotion Journal, 4(2), 938-953.;

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

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

ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 35 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1. สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง ผลการวิจัย พบว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรังตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์พื้นที่และบริบทอย่างเป็นระบบ โดยศึกษาภาพลักษณ์ผู้สมัครและคู่แข่ง ข้อมูลประชากร วัฒนธรรม และพฤติกรรมผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พร้อมสำรวจฐานคะแนนทั้งเชิงปริมาณและเชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น

2. กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า พรรคการเมืองประยุกต์แนวคิดการตลาดการเมือง 4P's ได้แก่ การกำหนดนโยบายที่เป็นจุดขาย (Product) การสื่อสารผ่านเครือข่ายบุคคล (Push Marketing) การใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Pull Marketing) และการสำรวจความคิดเห็น (Polling) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญคือภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของนักการเมืองที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของประชาชน

3. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง พบว่า กลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรังต้องอาศัยการลงพื้นที่ รับฟังปัญหาประชาชน และปรับแนวทางให้เหมาะกับบริบทชุมชน โดยงานวิจัยเสนอ PIPCP Model ที่เน้นการเตรียมความพร้อม การสำรวจคะแนนนิยม การสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มโอกาสชนะการเลือกตั้ง

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง, พรรคการเมือง

Abstract

The objectives of this research article are as follows: 1) To analyze the problems related to the election campaign of political parties in Trang Province 2) To analyze the election campaign strategies: A case study of the election campaign of political parties in Trang Province 3) To create knowledge about the election campaign strategies: A case study of the election campaign of political parties in Trang Province. This research is qualitative research by collecting data

from documents, in-depth interviews, selecting key informants for specific interviews, and organizing focus group discussions with 35 experts and qualified persons. The research instruments are interview forms and descriptive data analysis.

The results of the research found that: 1. Problems related to election campaign strategies of political parties in Trang Province: The study found that election campaigns conducted by political parties in Trang Province are grounded in a systematic analysis of the area and its contextual factors. This includes examining the public image of candidates and their competitors, demographic data, cultural background, and voter behavior. Both quantitative and in-depth surveys of voter bases are undertaken in order to utilize the data for formulating campaign strategies that are consistent with the local context.

2. Election Campaign Strategies: A Case Study of Political Parties in Trang Province The research findings indicate that political parties in Trang Province have applied the concept of political marketing based on the 4P's framework. This includes formulating policy platforms as key political products (Product), communicating policies through personal networks and local supporters (Push Marketing), utilizing media and promotional activities to reach a wider audience (Pull Marketing), and conducting opinion polls to assess public support (Polling). However, a significant challenge identified is the image and credibility of politicians, which directly affects the level of public trust and confidence.

3. A study on the election campaign strategies of political parties in Trang province revealed that these strategies rely on fieldwork, listening to the people's problems, and adapting approaches to suit community contexts. The research proposes the PIPCP Model, which emphasizes preparation, popularity surveys, building volunteer networks, and public relations to increase the chances of winning the election.

Keywords: strategy, election campaign, political party

บทนำ

นับตั้งแต่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองในประเทศไทย พ.ศ.2475 จนถึงปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมายทั้งระบบสังคม วัฒนธรรม และการเมือง เพราะการปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยการพัฒนาทางด้านการเมืองในระบอบประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการทางการเมืองนับว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ควรได้หยิบยกขึ้นมาพิจารณาในลำดับแรก เพราะการปกครองในระบอบนี้ถือว่าการปกครองโดยประชาชน เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายปลายทาง เพื่อประชาชนในสังคม ความสำคัญของการเลือกตั้งถือเป็นสิ่งที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ถึงแม้ว่าการเลือกตั้งจะไม่ได้เป็นทุกสิ่งทุกอย่างของสังคมประชาธิปไตย แต่เมื่อมีการเลือกตั้งเกิดขึ้นก็ย่อมแสดงว่า กลไกของระบอบประชาธิปไตยเริ่มทำงาน ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการประชาธิปไตย ถึงจะเป็นการเลือกรัฐบาลหรือฝ่ายบริหารการออกกฎหมายโดยฝ่ายนิติบัญญัติเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของระบอบประชาธิปไตย ดังนั้นการเลือกตั้งจึงนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย และเป็นส่วนสำคัญที่บ่งบอกถึงจิตสำนึก ความตระหนัก และการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็นพลเมืองของประเทศ เพราะการเลือกตั้งเป็นวิธีการที่จะให้ได้มาซึ่งผู้แทนของประชาชน เพื่อเข้าไปทำหน้าที่นิติบัญญัติ และหน้าที่ในการบริหารแทนประชาชน และเพื่อให้ผู้แทนของประชาชนสามารถนำเอาปัญหาความเดือดร้อนไปแปลงเป็นนโยบาย แล้วนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติเพื่อใช้แก้ปัญหาของประชาชน การเลือกตั้งจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สุดประการหนึ่งของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (ปริญญา เทวานฤมิตรกุล, 2560) เพราะการเลือกตั้งเป็นการแสดงออกซึ่งเจตนารมณ์ของประชาชน ผู้ซึ่งเป็นเจ้าของประเทศ ที่จะมอบความไว้วางใจให้ตัวแทนของปวงชนไปใช้อำนาจแทนตน

จังหวัดตรัง ใช้กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเลือกตั้งของพรรคการเมือง พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมา สนามเลือกตั้งจังหวัดตรัง ในอดีตเคยเป็นฐานเสียงของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งเป็นบ้านเกิดของนายชวน หลีกภัย ประธานสภาที่ปรึกษาพรรครอบนี้ ตรังมี 4 เขตเลือกตั้งที่จากคามนิยมของประชาธิปัตย์จะถดถอยแล้ว อีกเรื่องที่อยู่ในประเด็นความสนใจ คือ ผู้สมัครในพื้นที่ใช้กลยุทธ์การเลือกตั้งแบบแยกกันหาเสียงไม่ได้ช่วยกัน ซึ่งเป็นกลยุทธ์หาเสียงที่ขาดการร่วมมือ ผู้สมัครและหัวหน้าคณะของแต่ละพรรคการเมืองมีโปรแกรมลงพื้นที่พบปะแกนนำ และประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพราะมีการแข่งขันการเลือกตั้งกันสูงของพรรคการเมืองแต่ละพรรค ต้องใช้กลยุทธ์ในการหาเสียงที่ต้องมีพลัง ส่วน พล.อ.ประยุทธ์

จันทร์โอชา พร้อมแกนนำ “รวมไทยสร้างชาติ” ชุดใหญ่ลงพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้โดยเฉพาะ “ตรัง” เป็นจังหวัดที่ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ใช้กลยุทธ์การหาเสียงช่วยผู้สมัคร ส.ส.พรรค รวมไทยสร้างชาติ ในช่วงวันหยุด และที่โดดเด่นที่สร้างความเข้มข้นของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง คือ พลเอกประวิตร วงศ์สุวรรณ นำทัพหลวงขุนพลพลังประชารัฐใช้กลยุทธ์ตีเมืองตรัง ประชาชนจำนวนมาก โดยการคาดการณ์ประมาณหนึ่งหมื่นคน รวมเวทีปราศรัยนโยบาย แก้ปัญหาความยากจน รากายางพารา ปาล์มน้ำมัน ย้ำทำได้ ทำทันที ซึ่งกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครพรรคการเมือง ผู้สมัครเองต้องตระหนักถึงความสำคัญของรูปแบบของการรณรงค์หาเสียงในด้านภาพลักษณ์ของผู้สมัคร ด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัคร และบทบาทของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของผู้สมัครพรรคการเมือง (หยุด แสงอุทัย, 2561) ให้โดดเด่นกว่าผู้สมัครพรรคอื่น ๆ อีกทั้งผู้สมัครแต่ละคนนั้นก็จะมีการเลือกสรรกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงที่ดีที่สุด โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ที่มีสิทธิในการเลือกตั้งมาลงคะแนนเสียงให้กับตนมากที่สุด

การรณรงค์หาเสียงเป็นกลไกหนึ่งของการปกครองในระบบประชาธิปไตย เพื่อระดมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย แสดงความยินยอมให้รัฐบาล พรรคการเมือง หรือกลุ่มการเมืองใช้อำนาจทางการเมืองแทนตน โดยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแทนเข้าไปทำหน้าที่บริหารประเทศ หรือองค์กรปกครองระดับต่าง ๆ การโฆษณาหาเสียง จึงเป็นการรณรงค์ทางการเมืองรูปแบบหนึ่งที่ถูกนำไปใช้อย่างจริงจัง ซึ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งมีเป้าหมายในการหาเสียง การแสวงหาการสนับสนุนในทางการเมืองจากประชาชนผู้มีสิทธิลงคะแนนเลือกตั้ง ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนโดยกลุ่มบุคคลหรือปัจเจกชนก็ตามให้เกิดเจตคติที่จะไปลงคะแนนเลือกตั้งให้กับตนในจำนวนมากที่สุด เพื่อให้ได้รับชัยชนะ ในปัจจุบันประชาชนไทยได้ตระหนักถึงสิทธิ และหน้าที่ของตน ประชาชนมีความตื่นตัวทางการเมือง มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น รวมทั้งการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับที่แตกต่างกันไป จนนำไปสู่การปฏิรูปการเมือง เพื่อให้ได้กฎกติกาใหม่ กิจกรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมจากประชาชนมากขึ้น (พรรณรัตน์ ดิษฐ์เจริญ, 2561) กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรควรมีหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้าไปช่วยส่งเสริมการเมืองพื้นฐานทางความคิดทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของคนในสังคมไทย ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากพระพุทธศาสนา ทั้งด้านความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งประเด็นเหล่านี้ได้เป็นข้อถกเถียงกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน แต่คนในสังคมก็ยังคงดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติสุข แม้จะเกิดความขัดแย้งในเรื่องความคิดทางการเมือง

และที่ยังไม่ลงตัว ไม่ลงรอยกับวิถีชีวิต แสดงให้เห็นว่าพระพุทธศาสนาได้มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองที่ดี (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2562, หน้า 12) และเป็นพื้นฐานทางด้านความคิด และวัฒนธรรมทางการเมืองที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคม เพื่อให้การเมืองมีความเป็นธรรมซึ่งจะทำให้สังคมอยู่อย่างสงบสุข ซึ่งทางพระพุทธศาสนาเรียกว่า การปกครองระบบธรรมาธิปไตยถือธรรมเป็นใหญ่คือ ถือหลักการความจริง ความถูกต้องความดีงาม เหตุผลเป็นใหญ่ กระทำด้วยปรารถนาสิ่งที่ดีได้ศึกษา ตรวจสอบตามข้อเท็จจริง การประชุมเป็นนิตย การพร้อมเพียงกันประชุม การเชื่อฟังผู้บังคับบัญชา การเคารพสิทธิสตรี การส่งเสริมรักษาวัฒนธรรม และการอารักขาคุ่มครองปกป้องในการปกครองแบบประชาธิปไตยนั้น พระพรหมคุณาภรณ์ เห็นว่า การปกครองนั้น หากเป็นไปเพื่ออยากได้ผลประโยชน์ อยากใหญ่ อยากโต อยากมีอำนาจ อยากได้อะไร ๆ ต้องเป็นไปตามความยึดถือของตน ซึ่งจะตรงกันข้ามกับจริยธรรม ถ้าถูกต้อนหา มานะ หรือ ทิฐิครอบงำ แน่นนอนว่าจริยธรรมไม่สามารถดำเนินไปได้ เพราะฉะนั้น ทางแก้ไขเรื่องนี้ก็คือ จะต้องมีการพัฒนา ความอยากให้มีันดี และอยากทำให้ดีมากขึ้นกว่าเดิม แแรงกล้าให้เป็นไปอย่างมุ่งมั่นที่สุด ใหลงลึกลงไปประจำอยู่ในจิตใจให้ได้ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2564)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระของกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง พ.ศ. 2566 เพื่อจะทำให้ทราบถึง สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง พ.ศ. 2566 และการนำการจัดการเชิงกลยุทธ์ของการบริหารไปประยุกต์ใช้ เพื่อส่งเสริมการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง โดยใช้ตลาดการเมือง 4 P's Political Marketing ของเจนนีเพอร์ ลีมาสมেন্ট (Lees-Marshment, 2001 ; อ่างโนนนทนา นันทวโรภาส, 2558) มาเป็นแนวคิดเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และสามารถนำไปใช้กับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดตรังที่ได้ช่วยชนะในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง
3. เพื่อเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง

สมมติฐานการวิจัย

1. สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง เป็นอย่างไร
2. กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง เป็นอย่างไร
3. องค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง เป็นอย่างไร

การทบทวนวรรณกรรม

สมศักดิ์ เมตาน (2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย การเลือกตั้งที่จะมีขึ้น จะเป็นการพิสูจน์ความเป็นประชาธิปไตยของประเทศอีกครั้งว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สร้างสรรค์ปรองดองมีการเลือกตั้งที่สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้และกำลังจะมีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเกิดขึ้นอีกครั้งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พรรคการเมืองกับผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องประสานการทำงานใกล้ชิดกันและหนักมากขึ้นเพื่อช่วงชิงคะแนนนิยมจากประชาชนทุกพื้นที่ทั่วประเทศ พรรคที่ได้รับความนิยมสูงจะได้คะแนนเสียงมาก ความนิยมที่มีต่อพรรคเป็นตัวตั้งและที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การแข่งขันประกาศนโยบายประชานิยม โดยมุ่งหวังที่จะสร้างคะแนนนิยมจากประชาชน ดังนั้น สื่อมวลชนทั้งโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์และอินเทอร์เน็ต จะเข้ามามีบทบาทในการรณรงค์ทางการเมืองเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองมากขึ้นและพรรคการเมืองไทยใช้ข้อมูลสารสนเทศ

สำหรับวางแผนและดำเนินการในการรณรงค์ทางการเมืองเพื่อหาเสียงเลือกตั้งมากขึ้น เช่น มีการทำแบบสำรวจโพล เพื่อค้นหาความต้องการของประชาชนมากำหนดเป็นนโยบายของพรรคการเมืองเพื่อใช้ในการหาเสียงมากขึ้น รวมทั้งมีการสำรวจความนิยมของพรรคการเมือง เพื่อนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์ในการรณรงค์ทางการเมืองเพื่อหาเสียงเลือกตั้งให้มีประสิทธิภาพตรงกับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีการปรับวาทะทางการเมืองให้สั้น กระชับ เพื่อดึงดูดใจ และให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งประทับใจในช่วงเวลาอันรวดเร็วและตรงจุดความต้องการ

พระสุรสีห์ มหาปุณฺโญ (2566, หน้า 124) ได้ให้ความหมาย “เลือกตั้ง” หมายความว่า กิจกรรมทางการเมืองของประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ด้วยการไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนของตนเพื่อทำหน้าที่ในรัฐสภาและในรัฐบาล เป็นกลไกแสดงออกซึ่งเจตจำนงของประชาชนที่เรียกร้อง และสนับสนุนให้มีการปฏิบัติจัดทำหรือละเว้นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในทางการเมือง และการตัดสินใจในนโยบายสาธารณะที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่งทางการเมือง ที่มีส่วนสำคัญในการเปิด โอกาสให้ประชาชนได้มีบทบาทเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจกลั่นกรองนโยบายและคัดสรร บุคลากรทางการเมืองสำหรับเป็นตัวแทนเข้าสู่อำนาจและใช้อำนาจให้สอดคล้องกับความต้องการ ของประชาชนต่อไป

อรดี เรียงภักดี (2565, หน้า 124) การรณรงค์ หมายถึง รูปแบบและวิธีการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนำมาใช้ ในการหาเสียงเพื่อให้ได้ชัยชนะในการเลือกตั้ง วิธีที่นำมาใช้เพื่อหาเสียง ได้แก่การจัดเวทีปราศรัย ป้ายหาเสียงผู้สมัคร แจกแผ่นพับ ใบปลิว รถรณรงค์หาเสียง ออกไปพบปะ พูดคุย เยี่ยมบ้าน เป็นต้น

ปิยนันท์ ช่วงวงษ์หล้า (2564) ได้ให้ความหมายของการเลือกตั้งว่า เป็นประชาธิปไตย หรือคำในภาษาอังกฤษเรียกว่า “democracy” นั้นมีความหมายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ ประการแรก ประชาธิปไตยในฐานะที่เป็นปรัชญา และอุดมการณ์ทางการเมือง (an ideology) ประการที่สอง ประชาธิปไตยในฐานะที่เป็นระบบการเมืองการปกครอง (a form of government) และประการที่สาม ประชาธิปไตยในฐานะที่เป็นวิถีชีวิต (a way of life) กล่าวคือ บุคคล ครอบครัว และชุมชนมีวิธีการดำเนินชีวิต และปฏิบัติตนตามหลัก ประชาธิปไตย และหน้าที่พลเมือง ในที่นี้จะได้กล่าวถึง ประชาธิปไตยในฐานะที่เป็นระบบการเมืองการปกครอง

สรุปได้ว่า ในการเลือกตั้งแต่ละครั้งพรรคการเมืองต่างพยายามคิดกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้ง มากมายให้สอดคล้องกับนโยบายของพรรคเพื่อที่จะดึงความสนใจของประชาชนผู้มีสิทธิลงคะแนน ให้คล้อยตามและเห็นด้วยกับแนวความคิดของพรรค นโยบายต่าง ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงนั้น จึงถูกสร้างสรรค์ออกมาให้ฟังดูสวยหรูไม่ว่าจะเป็นแผนป้ายหาเสียง การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกพึงพอใจ ถ้าได้พรรคการเมืองนั้นได้เข้ามาบริหารประเทศแต่ประชาชนอย่าง เรา ๆ ก็ไม่สามารถทราบได้เลยว่าแท้จริงแล้ว พรรคการเมืองแต่ละพรรคมีวัตถุประสงค์ใดกันแน่ในการชูนโยบายต่างๆ เพื่อต้องการให้ไปถึงเป้าหมายนั้น ก่อนใกล้ที่จะมีการเลือกตั้งแน่นอนเลยว่าทุกพรรคจะต้องใช้สื่ออย่างหนักเพื่อให้ได้ความถี่เป็นที่ต้องการเพื่อให้ประชาชนจดจำ และรับรู้ถึงนโยบาย และสโลแกนของพรรค

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบวิจัยเอกสาร (Documentary Qualitative Research) เป็นหลัก โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) และมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการดำเนินการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากบุคคลซึ่งเป็นผู้รอบรู้ ผู้ทรงคุณวุฒิ และมี ประสบการณ์ในประเด็นที่สัมภาษณ์ หรือเป็นบุคคลที่มีความรู้ในประเด็นที่สัมภาษณ์สามารถให้รายละเอียดข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง คือ เป็น Key Informants เพื่อรวบรวมข้อเท็จจริงให้ได้อย่างลึกซึ้ง เพื่อสนับสนุนข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือในงานวิจัยฉบับนี้ด้วย และสำหรับวิธีการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

แหล่งข้อมูล **เชิงเอกสาร** **ขอบเขตเนื้อหา** ศึกษาเอกสารปฐมภูมิ (Primary source) คือ คัมภีร์พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พุทธศักราช 2539 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) คือ หนังสือ เอกสาร วารสาร วิทยานิพนธ์ บทความ และงานวิชาการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล เรียบเรียงข้อมูลโดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งในส่วนข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ 1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง 2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง 3. เพื่อเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การ

รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง
ในจังหวัดตรัง

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่
คัดเลือกมา โดยวิเคราะห์จากหลักฐานและเอกสารที่เชื่อถือได้ พร้อมขจัดอคติหรือความเอน
เอียงออกไป เพื่อให้การวิเคราะห์มีความเป็นวัตถุวิสัยมากที่สุด ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้สามารถ
ตรวจสอบและยืนยันได้จากหลักฐานที่พิสูจน์แล้ว

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์สภาพปัญหาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัด
ตรัง พบว่า พรรคการเมืองมีกลยุทธ์การหาเสียงตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์พื้นที่และ
บริบทอย่างเป็นระบบ เปรียบเสมือนกระบวนการวินิจฉัยก่อนกำหนดแนวทางดำเนินการ โดย
พิจารณาภาพลักษณ์ผู้สมัครและคู่แข่ง กลยุทธ์การหาเสียง ข้อมูลประชากร วัฒนธรรม และ
กิจกรรมการตลาดการเมือง ทั้งนี้ ต้องมีการสำรวจฐานคะแนนทั้งเชิงปริมาณและเชิงลึกในพื้นที่
เลือกตั้ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น.

2. การวิเคราะห์กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง
พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ต้องเริ่มจากการสำรวจฐานคะแนนอย่างเป็นระบบ ทั้งในเชิงปริมาณ
และเชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ จากนั้นจึงพัฒนากลยุทธ์โดยเน้น
ภาพลักษณ์ของผู้สมัครและรูปแบบการหาเสียงที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน
พรรคการเมืองได้นำแนวคิดการตลาดการเมือง 4P's มาประยุกต์ใช้ ได้แก่ การกำหนดนโยบาย
เป็นจุดขายหลัก (Product) การสื่อสารผ่านเครือข่ายผู้สมัครและผู้สนับสนุนในพื้นที่ (Push
Marketing) การใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Pull Marketing) และการสำรวจความ
คิดเห็นหรือทำโพล (Polling) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่พบคือ ภาพลักษณ์และความ
น่าเชื่อถือของนักการเมือง ซึ่งส่งผลต่อความไว้วางใจของประชาชนในการเลือกตั้ง.

3. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: ศึกษาเฉพาะกรณี
การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง พบประเด็นปัญหาสำคัญ
หลายประการ กล่าวคือ ประชาชนจำนวนหนึ่งยังไม่เข้าใจความหมายและบทบาทของ
“การเมือง” อย่างแท้จริง แม้พรรคการเมืองจะใช้วิธีติดป้าย แจกใบปลิว หรือประชาสัมพันธ์

ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้ง แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่าปัจจัยด้านเงินและการชื่อเสียงยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เลือกตั้ง

อภิปรายผล

1. วิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง พื้นฐานของกลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์พื้นที่และบริบท เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การหาเสียงทางการเมืองของผู้สมัคร และคู่แข่ง เช่นภาพพจน์ของผู้สมัคร กลยุทธ์ในการหาเสียง ในท้องถิ่นตนเองมีการวิเคราะห์ ข้อมูลด้านประชากร วัฒนธรรม กิจกรรมการตลาดการเมือง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้ง จะต้องมีการสำรวจฐานคะแนนอย่างเป็นระบบในพื้นที่หาเสียงรวมถึงการสำรวจเชิงลึกของผู้ออกเสียงเลือกตั้งและผู้ที่อยู่ในพื้นที่เลือกตั้ง สอดคล้องกับ สมศักดิ์ เมदान (2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย การเลือกตั้งที่จะมีขึ้น จะเป็นการพิสูจน์ความเป็นประชาธิปไตยของประเทศอีกครั้งว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สร้างสรรค์ปรองดองมีการเลือกตั้งที่สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้และกำลังจะมีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเกิดขึ้นอีกครั้งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พรรคการเมืองกับผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องประสานการทำงานใกล้ชิดกันและหนักมากขึ้นเพื่อช่วงชิงคะแนนนิยมจากประชาชนทุกพื้นที่ทั่วประเทศ พรรคที่ได้รับความนิยมสูงจะได้คะแนนเสียงมาก ความนิยมที่มีต่อพรรคเป็นตัวตั้งและที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การแข่งขันประกาศนโยบายประชานิยม โดยมุ่งหวังที่จะสร้างคะแนนนิยมจาก

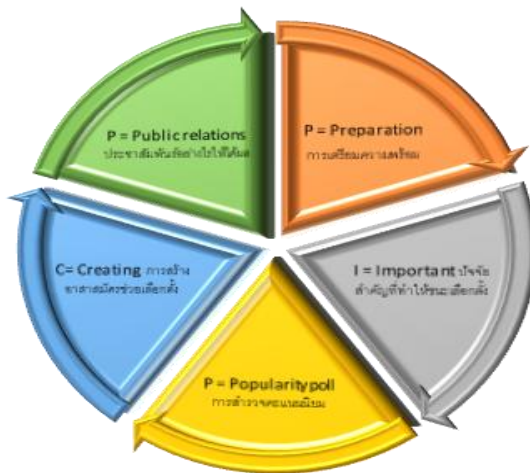
2. กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรังต้องอาศัยการสำรวจฐานคะแนนอย่างเป็นระบบ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ การกำหนดกลยุทธ์เน้นการสร้างภาพลักษณ์ผู้สมัครและออกแบบการหาเสียงให้ตรงกับความต้องการของประชาชน โดยประยุกต์แนวคิดการตลาดการเมือง 4P's ได้แก่ นโยบายเป็นจุดขาย (Product) การสื่อสารผ่านเครือข่ายบุคคล (Push Marketing) การใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Pull Marketing) และการสำรวจความคิดเห็น (Polling) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญยังคงเป็นเรื่องความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของประชาชน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุรศักดิ์ ศรีธรรมกุล และ นิพนธ์ โชะเฮง (2566) ที่ศึกษากลยุทธ์การหาเสียงของ พรรคภูมิใจไทย ในการเลือกตั้งปี 2554 และ 2562 ซึ่งพบว่า บริบททางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมมีอิทธิพลต่อรูปแบบการหาเสียงอย่างชัดเจน กลยุทธ์สำคัญคือการคัดเลือกผู้สมัครที่มีศักยภาพ นโยบายที่โดดเด่น และการลงพื้นที่พบปะประชาชนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้พรรคได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในการเลือกตั้งปี 2562 ทั้งยังสะท้อนปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในภาคใต้ตอนล่าง

3. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง พบว่า กลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรังต้องอาศัยการลงพื้นที่ รับฟังปัญหาประชาชน และปรับแนวทางให้เหมาะกับบริบทชุมชน โดยงานวิจัยเสนอ PIPCP Model ที่เน้นการเตรียมความพร้อม การสำรวจคะแนนนิยม การสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มโอกาสชนะการเลือกตั้ง ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประมาภรณ์ แสงแก่นสาร และ ศิวัช ศรีโกลางกุล (2566) ที่ศึกษานโยบายพรรคการเมืองกับการแก้ปัญหาช่องว่างทางดิจิทัลในการเลือกตั้งปี 2566 ซึ่งพบว่า หลายพรรคให้ความสำคัญกับนโยบายลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลผ่านรัฐสวัสดิการและการพัฒนาทักษะดิจิทัล อย่างไรก็ตาม นโยบายส่วนใหญ่ยังขาดความครอบคลุมในด้านการพัฒนาทักษะผู้สูงอายุ ความปลอดภัยไซเบอร์ การวางแผนร่วมกับท้องถิ่น และความร่วมมือรัฐ-เอกชน สะท้อนให้เห็นว่านโยบายที่ดีต้องมีความครบถ้วน เป็นไปได้ และตอบโจทย์ปัญหาเชิงโครงสร้างอย่างแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณี การรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในจังหวัดตรัง” ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “กลยุทธ์เอาชนะเลือกตั้ง” เรียกว่า PIPCP Model ดังนี้



สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย PIPCP Model

P = Preparation คือ การเตรียมความพร้อม (ผู้สมัคร ทีม การบริหารจัดการ) หมายถึง บุคคลที่มีการเตรียมตัวต่อสิ่งที่จะต้องทำเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ทั้งทาง ร่างกาย และ จิตใจ โดยมีการเตรียมการดำเนินการในการปฏิบัติตัวเพื่อดำเนินชีวิตเข้าสู่วัยผู้สูงอายุที่จะมีการเตรียมความพร้อมทั้งร่างกาย/จิตใจ สังคมและเศรษฐกิจ เพื่อให้เข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี

I = Important คือ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชนะเลือกตั้ง หมายถึง ประชาชนส่วนใหญ่ พิจารณาเลือกผู้สมัคร ด้วยการให้เหตุผลของการได้รับเงินหรือสิ่งของว่า เพราะหวัคະແນให้ ของกำนัลบ้าง ให้เงินมีความเกรงใจหวัคະແນ เนื่องจากรู้จักสนิทสนมคุ้นเคยกันดีเห็นว่าการ ได้รับเงินจากหวัคະແນ ก็มีส່วนช่วยเหลือหวัคະແນ อย่งไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าการเลือกตั้ง ครั้งนี้เป็นการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่มีการแข่งขันทางการเมืองสูงมาก ไม่เพียงแต่ พรรคการเมืองต่าง ๆ จะอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบป้ายหาเสียงใบปลิว แผ่นพับ ภาพถ่าย ยังมีภาพมากเพียงใด ก็ยังแสดงถึงพื้นที่ที่จะเป็นคะแนนเสียง ในการเลือกตั้งที่ชัดเจนมากขึ้นด้วย

P = Popularity poll คือ การสำรวจคะแนนนิยม หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร (Information) จากประชาชน โดยที่โพลล์กับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) คือสิ่งเดียวกัน เพียงแต่ว่า โพลล์ถูกใช้โดยองค์กรสื่อมวลชน แต่งานวิจัยเชิงสำรวจถูกทำขึ้นโดย นักวิจัยของสถาบันการศึกษา

C = Creating volunteers to help vote คือ การสร้างอาสาสมัครช่วยเลือกตั้ง หมายถึง การเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครสังเกตการณ์การเลือกตั้ง ก่อนการเลือกตั้ง บันทึกข้อมูล

ถ่ายรูปด้วยมือถือเป็น สามารถเข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนงานสังเกตการณ์การเลือกตั้งเพื่อสร้างบรรยากาศของการเลือกตั้งที่เสรี สุจริต และเที่ยงธรรม ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งแก่ระบอบประชาธิปไตยต่อไป

P = Public relations คือ ประชาสัมพันธ์อย่างไรให้ได้ผล หมายถึง การวางแผนประชาสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) การสำรวจสภาพ เพื่อศึกษาข้อเท็จจริง 2) นำปัญหามากำหนดวัตถุประสงค์ 3) การวางแผนใช้สื่อมวลชน หรือเครื่องมือที่เหมาะสมกับกลุ่มประชาชน และ 4) ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานว่า ได้ผลมากน้อยเพียงใด ถ้าไม่เป็นไปตามแผน ก็จะได้หาวิธีแก้ไขข้อบกพร่องต่อไปจนกว่าจะแก้ไขได้สำเร็จ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

สรุปได้ว่า ในการเลือกตั้งแต่ละครั้งพรรคการเมืองต่างพยายามคิดกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้ง มากมายให้สอดคล้องกับนโยบายของพรรคเพื่อที่จะดึงความสนใจของประชาชนผู้มีสิทธิลงคะแนน ให้คล้อยตามและเห็นด้วยกับแนวความคิดของพรรค นโยบายต่าง ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงนั้น ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัย ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย พรรคการเมืองและนโยบายควรตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง กลยุทธ์หาเสียงเลือกตั้งพรรคการเมืองจะต้องส่งตัวแทนผู้สมัครที่มีศักยภาพเข้าถึงปัญหาของประชาชนอย่างแท้จริง พรรคการเมืองต้องเป็นพรรคที่น่าเชื่อถือ นโยบายของพรรคการเมือง องค์กรความรู้ของกลยุทธ์ของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง ต้องสอดคล้องกับความเป็นจริง ผลการสำรวจจากความต้องการของประชาชน จากการทำโพลล์นั้น เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของการหาเสียงเลือกตั้ง ต้องนำมาวิเคราะห์การทำโพลล์เป็นเชิงบวกและเชิงลบให้ใกล้เคียงกับสถานการณ์ความเป็นจริง ประเด็นคำถามนโยบายของพรรคการเมืองเป็นอย่างไร การตลาดแบบผลักดันมีผู้สนับสนุนทางการเมืองในพื้นที่เป็นอย่างไร การตลาดแบบจูงใจใช้สื่อโฆษณาหาเสียงในการเลือกตั้งเป็นอย่างไร สำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อคะแนนนิยมในการทำโพลล์เป็นอย่างไร 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย 1) ควรทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการเลือกตั้งของประชาชน ในจังหวัดตรัง” 2) ควรทำวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในการเลือกตั้งทั่วไป ปีพุทธศักราช 2566 เปรียบเทียบ ปีพุทธศักราช 2560” 3) ควรทำวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดทางการเมืองในการ

หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เป็นสตรีของพรรคการเมืองในจังหวัด
ตรัง”

เอกสารอ้างอิง

- นันทนา นันทวโรภาส (2558). *การสื่อสารทางการเมือง ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
ทั่วไปของพรรคไทยรักไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรมาภรณ์ แสงแก่นสาร และ ศิวัช ศรีโกคางกุล. (2566). นโยบายพรรคการเมืองกับการ
แก้ปัญหาช่องว่างทางดิจิทัลในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งปี 2566. *Journal of
Modern Learning Development*, 8(8), 256-266.
- ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. (2560). *ประเด็นสำคัญที่พึงมีและควรแก้ไขตามรัฐธรรมนูญแห่ง
ราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 : การได้มาซึ่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร*. กรุงเทพฯ:
สถาบันพระปกเกล้า.
- ปิยนันท์ ช่วงวงษ์หล้า. (2564). ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการใช้ระบบการเลือกตั้ง
ระบบจัดสรรปันส่วนผสมตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560.
ใน *วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรรณรัตน์ ดิษฐ์เจริญ และ Phannarat Ditcharoen. (2562). *ระบบการเลือกตั้ง
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบผสมตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช
2560*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต). (2564). *ธรรมนูญชีวิต : พุทธจริยธรรมเพื่อชีวิตที่ดีงาม*.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระพุทธศาสนาของธรรมสภา.
- พระสุรสีห์ มหาปุณฺโณ. (2566). ความคิดเห็นทางการเมืองของประชาชนในสังคมพหุวัฒนธรรม
ในอำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง. ใน *สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต*.
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2562). *กฎหมายวิธีพิจารณาความคดีปกครองเปรียบเทียบ*. มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์.
- สมศักดิ์ เมดาน. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียง
เลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย. *วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์*, 4(1), 22-33.

- สุรศักดิ์ ศรีธรรมกุล และนิพนธ์ โชะเฮง. (2566). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรค
ภูมิใจไทยในการเลือกตั้งทั่วไปปีพุทธศักราช 2554 เปรียบเทียบ ปีพุทธศักราช 2562.
วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(1), 281-293.
- หยุด แสงอุทัย. (2561). *คำอธิบายกฎหมายลักษณะอายุ ร.ศ. 127*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:
วิญญูชน.
- อรดี เรียงภักดี. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต
เลือกตั้งที่ 1 จังหวัดมหาสารคาม. ใน *วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต รัฐ
ประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.