

แนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ปี 2568*

COMMUNICATION GUIDELINES IN 2025 ELECTION CAMPAIGN FOR CHIEF OF PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

วิทยากร ท่อแก้ว

Wittayatorn Tokeaw

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

Corresponding author E-mail: wittayatorn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แนวทางการออกแบบเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) แนวทางการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่นักวางแผนหาเสียงเลือกตั้ง จำนวน 15 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปผลการศึกษา พบว่า การออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัครเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นจากประชาชน โดยเน้นคุณธรรม ความซื่อสัตย์ วิสัยทัศน์ และแผนพัฒนาเพื่อแสดงทิศทางในอนาคตของท้องถิ่น การมีผลงานที่ชัดเจน การเข้าถึงประชาชนอย่างใกล้ชิด การนำเสนอนโยบายที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป็นการแสดงถึงความเท่าเทียม โดยทักษะการเป็นผู้นำที่ดีเสริมสร้างความมั่นใจในความสามารถในการบริหารท้องถิ่น ส่วนนโยบายการพัฒนาต้องออกแบบเนื้อหาที่ชัดเจนช่วยให้ประชาชนเข้าใจและสนับสนุนมากขึ้น โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น การพัฒนาการศึกษา สุขภาพ สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาจังหวัดช่วยเพิ่มความโปร่งใส การใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาบริการภาครัฐเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงประชาชน การบริหารจัดการที่โปร่งใสช่วยสร้างความไว้วางใจ สำหรับการสื่อสารดั้งเดิมยังมีบทบาทสำคัญ เช่น ป้ายหาเสียง การแจกแผ่นพับ การใช้รถแห่ และการปราศรัยในพื้นที่ การเคาะประตูพบปะประชาชนและทีมหวัคะแนนจะช่วยกระจายข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการใช้สื่อใหม่ ประกอบด้วยเว็บไซต์ Facebook LINE YouTube TikTok และ X (Twitter) ช่วยเพิ่มการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครได้รวดเร็ว

คำสำคัญ: แนวทางการสื่อสาร, การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง, นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด



Abstract

The objectives of this research were to study 1) Message design strategies for the Chief of Provincial Administrative Organization (PAO) election campaign and 2) Media usage strategies for the Chief of the PAO election campaign. The study employs qualitative research through in-depth interviews, collecting data from 15 purposively selected key informants directly involved in the planning process. Structured in-depth interviews were conducted, and the data were analyzed by drawing conclusions. The findings indicate that message design for communicating candidates' attributes plays a critical role in shaping public image and building trust among citizens. Emphasis on virtues, honesty, vision, and development plans demonstrates the future direction for local development. Clear achievements and close engagement with the public enhance this image, while presenting policies that address all groups ensures equality. Strong leadership skills boost confidence in the candidate's ability to govern the locality effectively. In terms of policy communication, designing clear and understandable message makes it easier for the public to grasp and support the candidate's vision. The focus should be on infrastructure development, local economic promotion, education, healthcare, environmental improvement, and quality of life. Public participation in provincial development enhances transparency, while using technology to improve government services makes them more accessible. Transparent management builds trust. Regarding media usage, traditional media still plays a significant role, such as campaign posters, leaflet distribution, mobile vehicle-mounted loudspeakers, and on spot area speeches. Door-to-door visiting with voters and the involvement of canvassers are effective in spreading information. As for new media, platforms such as websites, Facebook, LINE, YouTube, TikTok, and X (Twitter) help increase awareness and build trust in candidates quickly.

Keywords: Communication Guideline, Election Campaign, Chief of Provincial Administrative Organization

บทนำ

การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญในการบริหารจัดการท้องถิ่น ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาจังหวัดในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และโครงสร้างพื้นฐาน ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายก อบจ. จึงต้องมีความสามารถในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจต่อผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในเรื่องคุณลักษณะส่วนบุคคล นโยบาย และแนวทางการทำงานของตนเอง (Medvic, S. K., 2021) การออกแบบเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเนื้อหาที่ดีและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผู้สมัคร และเพิ่มโอกาสในการได้รับการสนับสนุนจากผู้เลือกตั้ง (สุพรรณา ภัทรเมธาวารกุล และคณะ, 2565)

ตามทฤษฎีการรณรงค์หาเสียงประกอบด้วยแนวคิดหลัก ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้สมัครและผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่น และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือกตั้งในทิศทางที่ผู้สมัครต้องการ (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565) ทฤษฎีการรณรงค์หาเสียงมักเน้นองค์ประกอบสำคัญ คือ การออกแบบเนื้อหา (Message Designing) การรณรงค์หาเสียงมุ่งเน้นการออกแบบเนื้อหาที่มีความชัดเจน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ นโยบาย และคุณลักษณะของผู้สมัคร (Widayat, R. M. et al., 2022) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ข้อความจะต้องมีความโดดเด่น เข้าใจง่าย และตอบสนองต่อความต้องการหรือปัญหาของชุมชน (Qayumogholi, M. I., 2024) การจัดการการใช้สื่อ (Media Utilization) ต้องเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพเป็นกุญแจสำคัญในการรณรงค์หาเสียง การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ (Hutchens, M. J. et al., 2021) จะต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและความสนใจของผู้เลือกตั้งในแต่ละกลุ่ม และการจัดการผู้สนับสนุน (Supporter Management) (Abboud, E. et al., 2024) โดยผู้สมัครต้องสร้างเครือข่ายผู้สนับสนุนที่แข็งแกร่งเพื่อช่วยกระจายข้อมูลและส่งเสริมการรณรงค์หาเสียง ผู้สนับสนุนสามารถเป็นทั้งบุคคลสำคัญในชุมชน หรือกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งในการเลือกตั้งนายก อบจ. ผู้สมัครต่างต้องใช้วิธีการการรณรงค์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการหาเสียง (Haugsgjerd, A. & Karlsen, R., 2024)

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. มีปัญหาหลักที่เกี่ยวข้องในสามด้าน ได้แก่ การออกแบบเนื้อหา การใช้สื่อ และการจัดการผู้สนับสนุน โดยการออกแบบเนื้อหาเป็นหัวใจสำคัญของการรณรงค์ แต่ปัญหามักเกิดจากข้อความที่ไม่ชัดเจน ขาดความน่าสนใจ และไม่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน เนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้สมัครยังอาจทำให้เกิดความสับสนและลดความเชื่อมั่นจากผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ส่วนการใช้สื่อมีปัญหาเรื่องการเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย บางครั้งผู้สมัครพึ่งพาสื่อดั้งเดิมมากเกินไป หรือไม่สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ได้อย่างเต็มที่เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ นอกจากนี้ การขาดการวิเคราะห์ข้อมูลยังทำให้ไม่สามารถปรับกลยุทธ์การใช้สื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ สำหรับการจัดการผู้สนับสนุนถือเป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญ หากขาดการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สมัครอาจไม่สามารถกระจายข้อมูลหรือจัดการเครือข่ายได้อย่างทั่วถึง ทำให้การสนับสนุนในพื้นที่น้อยลง นอกจากนี้การพึ่งพากลุ่มผู้สนับสนุนเดิมมากเกินไปอาจทำให้ขาดการขยายฐานผู้สนับสนุนใหม่ ๆ โดยการแก้ปัญหาทั้งสามด้านนี้จะช่วยให้การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมีความเข้มแข็งและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จมากขึ้น

ในการศึกษครั้งนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเนื้อหาที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้สมัคร โดยพิจารณาถึงวิธีการนำเสนอคุณลักษณะส่วนบุคคล วิสัยทัศน์ นโยบาย และความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ การใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้เลือกตั้ง การศึกษานี้จะครอบคลุมการใช้สื่อดั้งเดิม เช่น การเดินเคาะประตู ป้ายหาเสียง เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ รถแห่ การปราศรัย และการหาเสียงด้วยห้วคะแนน รวมถึงการใช้สื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก โดยผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยจะได้องค์ความรู้ทางวิชาการจากการค้นพบแนวทางการออกแบบเนื้อหาและการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่จะนำไปปรับใช้ในพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ในโอกาสต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อศึกษาแนวทางการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ในข้อที่ 1 - 2

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่เชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ปี 2568 เลือกแบบเจาะจงมาจาก 3 กลุ่ม รวม 15 คน ได้แก่ 1) นักวางแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง จำนวน 5 คน 2) ผู้ที่ดำรงตำแหน่งนายก อบจ. มากกว่า 3 สมัยติดต่อกัน จำนวน 5 คน และ 3) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อพิจารณาให้เห็นขอบโมเดลด้านแนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นายก อบจ. ประกอบด้วย นักวิชาการที่มีความรู้และประสบการณ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง รวมจำนวน 5 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview Form) ยกร่างเครื่องมือจากการทบทวนวรรณกรรมและออกแบบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เครื่องมือการวิจัยผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ในการตรวจคุณภาพเครื่องมือด้านความตรงของเนื้อหา และนำมาปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริง โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างประกอบข้อคำถามหลัก 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวทางการออกแบบเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นายก อบจ.เป็นอย่างไร ซึ่งมีประเด็นย่อย ได้แก่ แนวทางการออกแบบเนื้อหาด้านคุณลักษณะผู้สมัคร แนวทางการออกแบบเนื้อหาด้านนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น ตัวอย่างการออกแบบเนื้อหาด้านคุณลักษณะผู้สมัคร และตัวอย่างการออกแบบเนื้อหา ด้านนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น

ส่วนที่ 2 แนวทางการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นายก อบจ.เป็นอย่างไร ซึ่งมีประเด็นย่อย ได้แก่ แนวทางการเลือกใช้สื่อดั้งเดิม แนวทางการเลือกใช้สื่อใหม่ และตัวอย่างการเลือกใช้สื่อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยตนเอง ซึ่งได้ดำเนินการขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการสัมภาษณ์ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่ผู้วิจัยได้ วุฒิบัตรรับรองจากศูนย์ส่งเสริมจริยธรรม มหาวิทยาลัยมหิดล เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2566 ประสานการนัดหมายเพื่อเข้าสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด สัมภาษณ์ตามประเด็นที่ได้จัดเตรียมไว้ในเครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก บันทึกเสียงและภาพขณะทำการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการจำแนกข้อมูลตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ศึกษา จากนั้นได้ตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป ดำเนินการตีความข้อมูลและสร้างข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาแนวทางการออกแบบเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ.

1. แนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัคร พบว่า การออกแบบเนื้อหาคุณลักษณะของผู้สมัครมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในสายตาของประชาชน ในการสื่อสารนี้ ควรให้ความสำคัญกับประเด็นเนื้อหา ได้แก่ 1) คุณธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต ผู้สมัครต้องเน้นย้ำถึงความเป็นคนดีและความซื่อสัตย์สุจริตของผู้สมัครเป็นจุดแข็งในการดึงดูดความเชื่อใจจากประชาชน การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการเมืองที่โปร่งใสจะสร้างความมั่นใจ 2) วิสัยทัศน์และแผนการพัฒนา ผู้สมัครควรสื่อสารถึงวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งในด้านการสร้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการปรับปรุงคุณภาพชีวิต การเสนอแผนการที่เป็นรูปธรรมและการแก้ไขปัญหาท้องถิ่นจะช่วยเพิ่มความเชื่อใจได้ 3) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาท้องถิ่นจะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ การสื่อสารถึงผลงานที่เคยทำหรือความสำเร็จที่เกิดขึ้นในอดีตจะทำให้ประชาชนรู้สึกมั่นใจในความสามารถของผู้สมัคร 4) การเข้าถึงและการเป็นตัวแทนประชาชน การสื่อสารถึงความใกล้ชิดกับประชาชน ความสามารถในการรับฟังและแก้ไขปัญหาของประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของผู้สมัครที่เป็นผู้แทนของทุกคนในท้องถิ่น 5) นโยบายที่เป็นมิตรกับทุกกลุ่มคน ผู้สมัครควรสื่อสารถึงนโยบายที่ครอบคลุมทุกกลุ่มในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ คนหนุ่มสาว ผู้ด้อยโอกาส หรือคนที่ทำงานในภาคเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อความเท่าเทียม และ 6) ทักษะการเป็นผู้นำ การเน้นถึงทักษะในการบริหารจัดการ การทำงานเป็นทีม และการตัดสินใจที่เฉียบแหลมจะสร้างความมั่นใจในความสามารถของผู้สมัครที่จะนำพาท้องถิ่นสู่ความก้าวหน้า

สำหรับตัวอย่างข้อความที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นายก อบจ.ด้านคุณลักษณะของผู้สมัคร ควรเน้นถึงคุณธรรม ความสามารถ และความตั้งใจในการทำงานเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น 1) ข้อความหลัก “เลือก [ชื่อผู้สมัคร] นายก อบจ. ผู้ซื่อสัตย์สุจริต ทำงานเพื่อชุมชน” เนื้อหาที่ขยายความ “[ชื่อผู้สมัคร] เป็นผู้ที่มีประวัติการทำงานที่โปร่งใสและซื่อสัตย์สุจริตมาโดยตลอด ไม่เคยมีประวัติทุจริตหรือเอาเปรียบประชาชน เลือก [ชื่อผู้สมัคร] ให้เป็นผู้นำที่คุณวางใจได้ เราจะทำงานเพื่อสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้จังหวัดของเราไปด้วยกัน” 2) ข้อความหลัก “[ชื่อผู้สมัคร] ประสบการณ์แน่น ความมุ่งมั่นไม่เปลี่ยนแปลง” เนื้อหาที่ขยายความ “ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนานในตำแหน่งผู้นำชุมชน [ชื่อผู้สมัคร] มีความสามารถและความเข้าใจในความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งนำความรู้และประสบการณ์มาพัฒนาจังหวัดในทุกมิติ เลือก [ชื่อผู้สมัคร] เพื่ออนาคตที่ดีกว่า!” 3) ข้อความหลัก “[ชื่อผู้สมัคร] ผู้นำที่เข้าถึงทุกปัญหา ร่วมพัฒนาทุกชุมชน” เนื้อหาที่ขยายความ “เราเชื่อว่าการเป็นผู้นำที่ดีต้องรับฟังและเข้าใจปัญหาของประชาชนทุกกลุ่ม [ชื่อผู้สมัคร] พร้อมทำงานอย่างใกล้ชิดกับทุก



คนในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนรอบครัว เลือกลง [ชื่อผู้สมัคร] เพื่อจังหวัดที่เข้มแข็งและเป็นธรรม" เป็นต้น การใช้ข้อความเหล่านี้สามารถช่วยดึงดูดความสนใจจากประชาชนและสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัครได้อย่างชัดเจน

2. แนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสารนโยบายการพัฒนาจังหวัด พบว่าการออกแบบเนื้อหานโยบายมีความสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนจากประชาชน การนำเสนอเนื้อหาต้องชัดเจนและเน้นการแก้ปัญหาที่ตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่น โดยควรพิจารณาประเด็นเนื้อหาที่สำคัญได้แก่ 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ผู้สมัครควรเน้นถึงแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า การจัดการน้ำ และระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนเห็นว่ามีความสามารถแก้ไขปัญหาและเพิ่มคุณภาพชีวิตได้อย่างเป็นรูปธรรม 2) การส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น นโยบายในการส่งเสริมการสร้างงาน การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ควรสื่อสารถึงมาตรการที่จะทำให้จังหวัดสามารถเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน 3) การพัฒนาการศึกษาและสุขภาพ ผู้สมัครควรเสนอแผนการเพิ่มคุณภาพการศึกษา การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับตลาดแรงงานในอนาคต รวมถึงการเพิ่มการเข้าถึงบริการสุขภาพและการสร้างระบบสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพ 4) การดูแลสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การสื่อสารถึงนโยบายที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เช่น การจัดการขยะ การป้องกันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการฟื้นฟูพื้นที่ธรรมชาติ จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผู้สมัครว่าให้ความสำคัญต่ออนาคตของจังหวัด 5) การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน นโยบายที่มุ่งเน้นการเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาจังหวัด ควรสื่อสารถึงวิธีการที่ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเสนอความคิดเห็น และการตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 6) การพัฒนาเทคโนโลยีและการบริการภาครัฐ ผู้สมัครควรเสนอแผนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น เช่น ระบบบริการออนไลน์ และการนำระบบสมาร์ตซิตี้มาใช้ และ 7) ความโปร่งใสและการบริหารจัดการที่ดี นโยบายที่เน้นการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และเปิดโอกาสให้ประชาชนตรวจสอบได้ จะช่วยสร้างความไว้วางใจในตัวผู้สมัคร

สำหรับตัวอย่างข้อความที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ด้านนโยบายการพัฒนาจังหวัด ควรเน้นการแก้ปัญหาเชิงรูปธรรมและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ตัวอย่างเช่น 1) ข้อความหลัก "[ชื่อผู้สมัคร] พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สร้างอนาคตจังหวัด" เนื้อหาที่ขยายความ "เลือก [ชื่อผู้สมัคร] เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มั่นคง ถนนดี ระบบขนส่งสะดวก ไฟฟ้าและน้ำประปาทั่วถึง เราจะทำให้ทุกชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและขับเคลื่อนจังหวัดของเราไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน" 2) ข้อความหลัก "เศรษฐกิจเติบโต ท้องถิ่นมั่นคง ต้อง [ชื่อผู้สมัคร]" เนื้อหาที่ขยายความ "[ชื่อผู้สมัคร] มุ่งเน้นการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างงาน สร้างอาชีพ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและการท่องเที่ยว เราจะช่วยให้เศรษฐกิจจังหวัดเติบโตอย่างยั่งยืน ประชาชนมีรายได้มั่นคง เลือก [ชื่อผู้สมัคร] เพื่อเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและมั่นคง" 3) ข้อความหลัก "[ชื่อผู้สมัคร] พัฒนาการศึกษาระดับสูง เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า" เนื้อหาที่ขยายความ "เลือก [ชื่อผู้สมัคร] เพื่อการพัฒนาการศึกษาและสาธารณสุขในจังหวัด เราจะขยายโอกาสการเรียนรู้ให้เด็กทุกคนเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม พร้อมกับพัฒนาสาธารณสุขให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ดูแลสุขภาพของทุกคนในจังหวัด" เป็นต้น ข้อความเหล่านี้จะช่วย

สื่อสารถึงนโยบายการพัฒนาจังหวัดที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ทำให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเข้าใจถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับการเลือกผู้สมัคร

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ.

1. แนวทางการใช้สื่อดั้งเดิม พบว่าสื่อดั้งเดิมเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงในระดับท้องถิ่น ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้กว้างขวางและตรงกลุ่มเป้าหมาย สื่อดั้งเดิมเหล่านี้สร้างความใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม แนวทางการใช้สื่อดั้งเดิมในการรณรงค์ ประกอบด้วย 1) ป้ายหาเสียง แนวทางการใช้แผ่นป้าย การกำหนดตำแหน่งที่ตั้ง ให้วางป้ายหาเสียงในจุดสำคัญ เช่น บริเวณทางแยก ถนนใหญ่ ใกล้แหล่งชุมชน หรือตลาด โดยเน้นพื้นที่ที่มีการสัญจรคับคั่ง ป้ายขนาดใหญ่จะเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี การออกแบบใช้ภาพถ่ายของผู้สมัครที่ดูน่าเชื่อถือ ร่วมกับข้อความที่ชัดเจนและกระชับเกี่ยวกับนโยบายสำคัญหรืออุดมการณ์ของผู้สมัคร เช่น "พัฒนาเพื่อประชาชน สร้างอนาคตที่ยั่งยืน" การใช้สีที่โดดเด่น เช่น สีที่ผู้สมัครใช้เป็นสัญลักษณ์ จะช่วยให้ผู้คนจำได้ง่ายขึ้น เนื้อหา ควรสื่อสารถึงคุณลักษณะเด่นของผู้สมัคร เช่น ความสามารถ ประสบการณ์ และผลงานที่ผ่านมา และแสดงถึงวิสัยทัศน์หรือแนวทางในการพัฒนาจังหวัด ข้อดี ป้ายหาเสียงสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและสร้างการจดจำได้ง่ายเมื่อประชาชนผ่านไปมา 2) แผ่นพับ แนวทางการใช้ออกแบบเนื้อหาแผ่นพับ ควรออกแบบให้เนื้อหาในแผ่นพับมีข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งนโยบายหลัก ประวัติผู้สมัคร ความสำเร็จที่ผ่านมา และแนวทางการทำงานในอนาคต ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและมีภาพประกอบที่น่าสนใจ การแจกจ่ายควรแจกตามบ้านเรือน ตลาดนัด หรือพื้นที่ชุมชน โดยให้ทีมงานหรือหัวคะแนนช่วยกระจายแผ่นพับเพื่อเข้าถึงประชาชนในแต่ละพื้นที่ การออกแบบควรมีรูปผู้สมัครพร้อมข้อความที่ชัดเจนและจดจำได้ง่าย เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทางจิตวิทยาระหว่างผู้สมัครกับข้อความในการหาเสียง ข้อดีของแผ่นพับสามารถเข้าถึงประชาชนได้โดยตรง และให้ข้อมูลที่ละเอียดมากกว่าป้ายหาเสียง 3) รถแห่ แนวทางการใช้รถแห่ ควรกำหนดเส้นทางรถแห่ที่ครอบคลุมพื้นที่สำคัญของจังหวัด โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นหรือมีผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งจำนวนมาก การสื่อสารด้วยเสียงควรใช้ข้อความสั้นๆ ที่เน้นย้ำชื่อผู้สมัคร อุดมการณ์ นโยบายหลัก และสโลแกนที่จำได้ง่าย เช่น "พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างชีวิตที่ดีขึ้น" รูปภาพและป้ายบนรถแห่ควรติดรูปผู้สมัครและข้อความสำคัญบนรถ เพื่อเพิ่มความจดจำระหว่างการแห่ไปตามถนน ข้อดีของรถแห่สามารถเคลื่อนที่ได้ ทำให้เข้าถึงผู้คนในหลากหลายพื้นที่ได้ง่าย 4) การปราศรัย แนวทางการปราศรัย จัดปราศรัยตามชุมชน ตลาดนัด หรือพื้นที่สาธารณะที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เน้นพื้นที่ที่มีผู้คนจำนวนมาก เนื้อหาการปราศรัย ผู้สมัครควรพูดถึงนโยบายสำคัญ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และการพัฒนาจังหวัดอย่างยั่งยืน การสื่อสารต้องกระชับ ชัดเจน และเน้นสร้างความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร การสร้างบรรยากาศควรใช้เพลงประจำทีมหรือกิจกรรมร่วมร้องเพลงประจำทีม ส่งดอกไม้ให้ผู้สมัคร ฉายภาพวิถีทัศน์นโยบาย การเปล่งสโลแกนของทีม ทั้งนี้กิจกรรมต้องที่สอดคล้องกับการหาเสียงที่ไม่ผิดกฎหมาย เพื่อดึงดูดประชาชนให้เข้าร่วมฟังการปราศรัย ข้อดีของการปราศรัยเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ฟัง และช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร 5) การเดินเคาะประตู แนวทางการเยี่ยมเยียนประชาชนแบบเคาะประตู ทีมงานหรือผู้สมัครเองสามารถไปพบปะประชาชนตามบ้าน เพื่อแนะนำตัวและพูดคุยเกี่ยวกับนโยบายและแนวคิดสำคัญ การเคาะประตูพบปะประชาชนเป็นวิธีที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้สมัครและประชาชนได้ดีที่สุด การแจกจ่ายข้อมูลอาจแจกแผ่นพับ บัตรเล็ก หรือหนังสือพิมพ์



เฉพาะกิจที่จัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะ พร้อมกับการแนะนำตัวและการตอบคำถามของประชาชน เพื่อสร้างความประทับใจและการจดจำ ข้อดีการเดินเคาะประตูช่วยให้ผู้สมัครได้พบกับประชาชนอย่างใกล้ชิดและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนโดยตรง และ 6) หัวคะแนน แนวทางการจัดการทีมหัวคะแนน ผู้สมัครควรจัดตั้งทีมหัวคะแนนในแต่ละพื้นที่ เพื่อทำหน้าที่กระจายข่าวสารและสร้างความสนใจในหมู่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หัวคะแนนจะเป็นตัวแทนผู้สมัครในการพบปะประชาชน และช่วยสร้างเครือข่ายสนับสนุนภายในชุมชน การฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะการสื่อสารแก่หัวคะแนน เพื่อให้ประชาชนสามารถตอบคำถามและอธิบายนโยบายของผู้สมัครได้อย่างชัดเจนและมั่นใจ ข้อดีของหัวคะแนนเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถกระตุ้นให้เกิดการสนับสนุนจากชุมชน โดยสรุปการใช้สื่อดั้งเดิมในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. เป็นวิธีที่เข้าถึงผู้คนในพื้นที่ท้องถิ่นได้อย่างใกล้ชิด มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนตามกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ แต่ละสื่อควรออกแบบให้สอดคล้องกับนโยบายและบุคลิกของผู้สมัคร เพื่อสร้างความจดจำและความไว้วางใจในตัวผู้สมัคร

2. แนวทางการใช้สื่อใหม่ พบว่าสื่อใหม่ในยุคดิจิทัลนั้นมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว มีการโต้ตอบ และติดตามผลได้ง่าย แนวทางการใช้สื่อตั้งใหม่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง อบจ. ประกอบด้วย 1) เว็บไซต์ แนวทางการออกแบบเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์ควรเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้สมัคร นโยบาย ประวัติ และผลงานที่ผ่านมาของผู้สมัคร โดยเน้นความเรียบง่าย ใช้งานง่าย และตอบสนองทุกอุปกรณ์ ให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เนื้อหาในเว็บไซต์ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายที่ชัดเจน อุดมการณ์ วิดีโอแนะนำผู้สมัคร รวมถึงคำถามที่พบบ่อย เพื่อให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถค้นหาข้อมูลได้ด้วยตนเอง ในเว็บไซต์ควรมีฟีเจอร์ที่สำคัญคือ ฟีเจอร์การแสดงความคิดเห็น การถามคำถามเกี่ยวกับนโยบาย รวมถึงแบบฟอร์มให้ผู้สนับสนุนลงทะเบียนเพื่อรับข่าวสารทางอีเมล ข้อดีเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเข้าถึงได้ตลอดเวลา ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นทางการและเป็นเครื่องมือในการตอบข้อสงสัยของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ดี 2) Facebook แนวทางการใช้ Facebook Page สร้างเพจสำหรับผู้สมัครที่เน้นการสื่อสารแบบเปิด ให้ผู้ติดตามสามารถแชร์ แสดงความคิดเห็น และตั้งคำถามได้ การโพสต์ควรมีเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น การประชาสัมพันธ์นโยบาย คลิปวิดีโอ บทความ หรือการถ่ายทอดสด (Facebook Live) ในการพบปะประชาชนหรือการปราศรัย การใช้ Facebook Ads ใช้โฆษณาแบบเจาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่กำลังจะมีการเลือกตั้ง หรือกลุ่มคนที่สนใจประเด็นสำคัญ เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจ การศึกษา หรือสิ่งแวดล้อม การสร้างเนื้อหา เนื้อหาควรน่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ และเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของผู้ติดตาม เช่น วิดีโอสั้น ๆ เกี่ยวกับนโยบายหลักของผู้สมัคร หรือโพสต์รูปภาพพร้อมสโลแกนที่สื่อถึงอุดมการณ์ ข้อดีของ Facebook ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างผู้สมัครกับประชาชนผ่านการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ และยังสามารถใช้เป็นแพลตฟอร์มในการจัดกิจกรรมออนไลน์ได้ 3) LINE แนวทางการใช้ LINE Official Account เปิดบัญชี LINE Official เพื่อส่งข่าวสารโดยตรงถึงผู้สนับสนุน เช่น ประกาศนโยบาย ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ และข่าวสารล่าสุดในการลงพื้นที่ พบปะประชาชน การใช้ข้อความสั้น ๆ พร้อมภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอจะช่วยให้เนื้อหามีความกระชับและเข้าใจง่าย การใช้ LINE Group การสร้างกลุ่มเฉพาะสำหรับหัวคะแนนหรือกลุ่มผู้สนับสนุนในแต่ละพื้นที่ จะช่วยในการกระจายข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการหาเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการส่งข้อความ Broadcast ใช้ฟังก์ชัน Broadcast

ส่งข้อความถึงผู้ติดตามทุกคนในบัญชี LINE เพื่อแจ้งข่าวสำคัญ ๆ เช่น นโยบายใหม่ การเปิดตัวแคมเปญ หรือเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม ข้อดี LINE เป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานจำนวนมากในประเทศไทย การใช้ LINE ช่วยให้สามารถสื่อสารกับผู้สนับสนุนได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและสร้างความผูกพันอย่างใกล้ชิด 4) YouTube แนวทางการใช้ YouTube ผู้สมัครควรเปิดช่อง YouTube เพื่อเผยแพร่วิดีโอเกี่ยวกับนโยบาย แนะนำตัว รวมถึงเนื้อหาการรณรงค์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิดีโอปราศรัย คลิปเบื้องหลังการทำงาน หรือสารคดีสั้นที่แสดงถึงอุดมการณ์ของผู้สมัครและประเด็นสำคัญที่เขาสนับสนุน การใช้วิดีโอสั้นควรมีเนื้อหาควรออกแบบให้เป็นวิดีโอสั้น ๆ ไม่เกิน 5 นาที โดยสรุปนโยบายที่เข้าใจง่าย เช่น "3 นโยบายหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น" หรือ "วิสัยทัศน์ในการพัฒนาจังหวัดให้ยั่งยืน" การถ่ายทอดสด โดยใช้ YouTube Live ในการถ่ายทอดสดการปราศรัยหรือการลงพื้นที่พบปะประชาชน เพื่อให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้เห็นการทำงานจริง ข้อดีของ YouTube ช่วยให้เนื้อหามีความหลากหลายและน่าดู โดยเฉพาะวิดีโอที่เป็นสื่อในการอธิบายนโยบายและอุดมการณ์ได้อย่างละเอียดและเข้าใจง่าย 5) TikTok แนวทางการใช้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่เหมาะสมสำหรับการสร้างเนื้อหาวิดีโอสั้น ๆ ที่กระชับและน่าสนใจ การนำเสนอเนื้อหา นโยบายหรือคุณลักษณะเด่นของผู้สมัครในรูปแบบวิดีโอสนุก ๆ แต่ให้ข้อมูลสำคัญชัดเจนจะช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายอายุน้อย การใช้เทรนด์และเพลงฮิต การเลือกใช้เทรนด์หรือเพลงที่เป็นที่นิยมใน TikTok จะช่วยให้เนื้อหาเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น เช่น วิดีโอแสดงถึงนโยบายที่เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน หรือแสดงการทำงานจริงของผู้สมัครผ่านภาพเคลื่อนไหว การร่วมมือกับ Influencers ใช้ผู้มีอิทธิพลใน TikTok ช่วยกระจายข่าวสารหรือทำคลิปที่เกี่ยวข้องกับนโยบายหรืออุดมการณ์ของผู้สมัครเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ติดตาม ข้อดีของ TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ง่าย และการใช้วิดีโอสั้นจะช่วยกระตุ้นการจดจำและสร้างกระแสสนับสนุน และ 6) X (Twitter) แนวทางการทวีตสั้น ๆ เนื้อหาที่โพสต์บน X ควรมีความกระชับและชัดเจน การทวีตเกี่ยวกับนโยบายหรือประเด็นสำคัญของการรณรงค์ เช่น "พร้อมนำพาเศรษฐกิจจังหวัดก้าวหน้า" หรือ "พัฒนาจังหวัดของเราอย่างยั่งยืน" ควรเน้นการใช้แฮชแท็กเพื่อเพิ่มการเข้าถึง เช่น #พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น #เลือกตั้งอบจ วิสัยทัศน์ใหม่ สำหรับการโต้ตอบกับผู้ติดตาม ใช้ X เป็นเครื่องมือในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามโดยการตอบคำถามหรือรีทวีตความเห็นของประชาชนเกี่ยวกับนโยบาย การสร้างกระแสให้ใช้แฮชแท็กหรือการติดตามเทรนด์เพื่อกระตุ้นการพูดถึงผู้สมัครในวงกว้าง รวมถึงการแชร์เนื้อหาจากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น วิดีโอจากการลงพื้นที่ พบปะประชาชน หรือกิจกรรมรณรงค์ในชุมชน ข้อดีของ X เป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยกระตุ้นการสนทนาและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ง่าย ทำให้เกิดการแชร์และเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยสรุปการใช้สื่อใหม่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลกับการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเข้าถึงผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งกลุ่มเป้าหมายในทุกช่วงอายุและพื้นที่ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นให้กับผู้สมัคร

2.3 ตัวอย่างข้อความเพื่อใช้ออกแบบสื่อ พบว่าข้อความที่ออกแบบในการสื่อสารเพื่อสะท้อนคุณสมบัติที่โดดเด่นของผู้สมัครสามารถเขียนในลักษณะที่เน้นจุดแข็งเฉพาะของผู้สมัครนายก อบจ. ตัวอย่าง 1) ความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการ คือ "มีประสบการณ์บริหารโครงการขนาดใหญ่สำเร็จภายในกรอบเวลาและงบประมาณที่กำหนด พร้อมด้วยทักษะการสร้างแรงจูงใจในทีมงานและความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนในสถานการณ์ที่กดดัน" หรือ "เป็นผู้นำที่ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลจากคณะกรรมการกระจายอำนาจอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 4 ปี



ซ้อน” 2) ทักษะการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหา คือ “มีเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำไปสู่การตัดสินใจที่มีกลยุทธ์ เช่น การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่า 30%” หรือ “มีทักษะสูงในการจัดการน้ำอย่างเป็นระบบด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3) การสื่อสารและการทำงานร่วมกัน คือ “มีทักษะการสื่อสารที่ยอดเยี่ยม สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม และทำงานข้ามวัฒนธรรมในองค์กรระหว่างประเทศได้อย่างราบรื่น” หรือ “ผู้นำที่ได้รับรางวัลนักสื่อสารองค์กรยอดเยี่ยม” ข้อความเหล่านี้ควรปรับให้เหมาะสมกับประสบการณ์และความสามารถของผู้สมัครในบริบทที่ต้องการ โดยเน้นความเกี่ยวข้องของผู้สมัครที่มีความสามารถโดดเด่น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

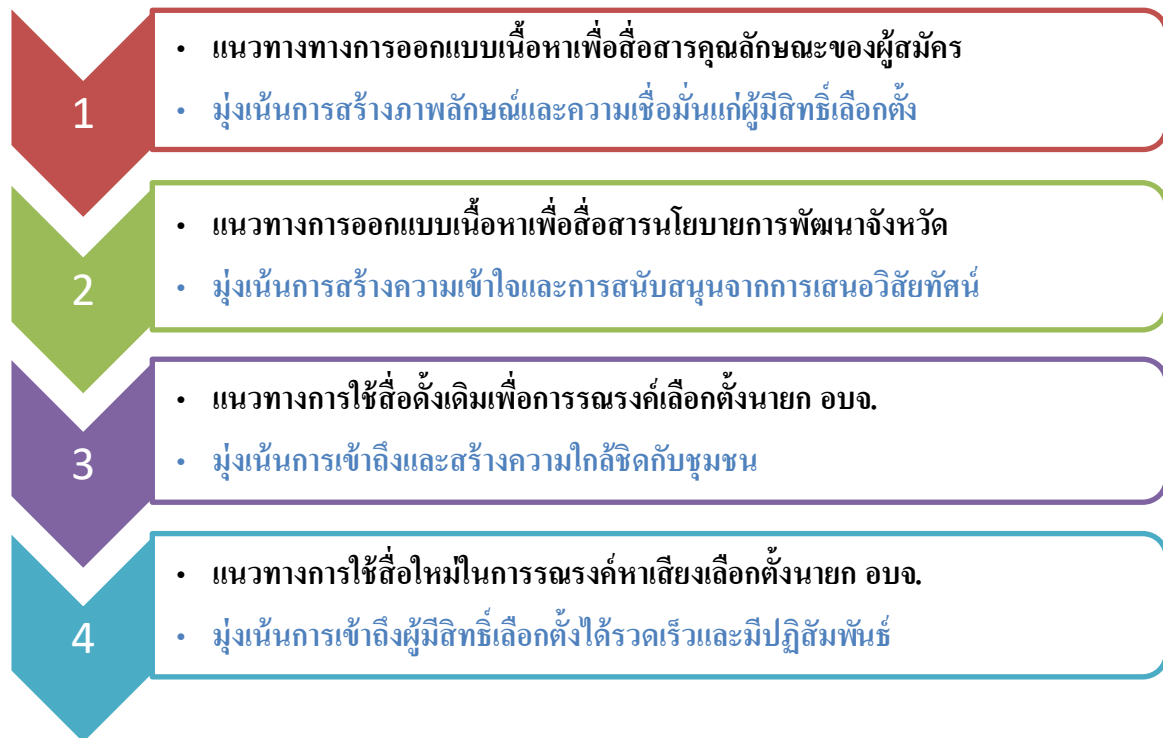
1. แนวทางการออกแบบเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ผลการศึกษาในประเด็นแนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัครโดยเนื้อหาที่จำเป็นต้องสื่อสาร คือ คุณธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต ผู้สมัครต้องเน้นความดีและซื่อสัตย์เพื่อดึงดูดความเชื่อจากประชาชน โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การเมืองที่โปร่งใส มีความสอดคล้องกับงานของเอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ ที่พบว่าการสื่อสารคุณสมบัติผู้สมัครต้องเน้นความโดดเด่นด้านการประวัติการทำงานที่ดีในการพัฒนาท้องถิ่นและมีความซื่อสัตย์ ส่วนด้านวิสัยทัศน์และแผนการพัฒนา ผู้สมัครควรสื่อสารวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการพัฒนาท้องถิ่น เสนอแผนการที่เป็นรูปธรรมเพื่อแก้ปัญหา ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา เป็นประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาท้องถิ่นช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ และผลงานในอดีตจะเพิ่มความมั่นใจในความสามารถ สำหรับประเด็นการเข้าถึงและการเป็นตัวแทนประชาชน โดยผู้สมัครสื่อถึงความใกล้ชิดกับประชาชน (เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์, 2555) มีความสอดคล้องกับงานของธีรวัช เจนวัชรรักษ์ ที่สรุปว่าผู้สมัครต้องมุ่งเน้นการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิออกเสียงที่พบว่า การสื่อสารต้องเน้นคุณลักษณะส่วนบุคคลต้องการนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของผู้สมัคร เช่น ประวัติการทำงาน ความสำเร็จ และความทุ่มเทในการทำงานเพื่อชุมชน จะช่วยให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรู้สึกเชื่อมโยงและเข้าใจผู้สมัครมากขึ้น (ธีรวัช เจนวัชรรักษ์, 2566) ส่วนการสื่อสารนโยบายและวิสัยทัศน์ มีความสอดคล้องกับงานของ เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ ที่สรุปว่าการนำเสนอโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้สมัครอย่างชัดเจนและกระชับ โดยเน้นที่ประเด็นที่สำคัญและเป็นที่น่าสนใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จะช่วยให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเข้าใจและเห็นความสำคัญของการเลือกผู้สมัครนั้น ๆ (เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์, 2555) สำหรับประเด็นแนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสารนโยบายการพัฒนาจังหวัด การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า และระบบขนส่ง การส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น เช่น การสร้างงานและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาการศึกษาและสุขภาพ การดูแลสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพัฒนาจังหวัด การพัฒนาเทคโนโลยีและบริการภาครัฐ เช่น การใช้ระบบดิจิทัล และความโปร่งใสและการบริหารจัดการที่ดีที่มีความสอดคล้องกับงานของวิสุทธิ์ ชันศิริ ที่สรุปว่า ผู้สมัครต้องสื่อสารนโยบายที่เป็นความต้องการของประชาชน แก้ปัญหาให้กับประชาชน และประชาชนได้ประโยชน์จากนโยบายนั้น ๆ (วิสุทธิ์ ชันศิริ, 2562)

2. แนวทางการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ในประเด็นแนวทางการใช้สื่อดั้งเดิม ประกอบด้วยป้ายหาเสียง ควรติดในจุดสำคัญ ใช้ภาพและข้อความที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ แผ่นพับ ควรให้ข้อมูลนโยบาย ประวัติผู้สมัคร แจกตามพื้นที่ชุมชน รถแห่ ใช้ข้อความสั้น กระชับ แห่ตามเส้นทางที่ประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่น การปราศรัย จัดในพื้นที่ชุมชน สร้างบรรยากาศที่ดึงดูดและเน้นความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร การเดินเคาะประตู พบปะประชาชนโดยตรง สร้างความเชื่อมโยงและรับฟังความคิดเห็น และหวัคะแนน จัดตั้งทีมหวัคะแนนเพื่อกระจายข้อมูลและสร้างการสนับสนุนในพื้นที่ มีความสอดคล้องกับงานของ สุเมธ ตั้งประเสริฐ ที่สรุปว่า ควรติดในจุดสำคัญ ใช้ภาพและข้อความที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ แผ่นพับ ควรให้ข้อมูลนโยบาย ประวัติผู้สมัคร (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565) ส่วนแนวทางการใช้สื่อใหม่มีความสำคัญต้องมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รวดเร็วและมีปฏิสัมพันธ์ โดยเว็บไซต์เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เข้าถึงง่าย มีฟีดแบ็กตอบ Facebook เน้นการสื่อสารแบบเปิด และใช้โฆษณาเจาะกลุ่มเป้าหมาย LINE ส่งข่าวสารตรงถึงผู้สนับสนุนและใช้กลุ่ม LINE เพื่อการสื่อสาร YouTube สำหรับเผยแพร่วิดีโอและการถ่ายทอดสด TikTok เน้นเนื้อหาสั้นที่ดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ และ X (Twitter) เน้นเนื้อหากระชับและใช้แฮชแท็กเพื่อขยายการเข้าถึง สื่อใหม่เหล่านี้ช่วยเพิ่มการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้สมัคร พบว่ามีความสอดคล้องกับงานของ สุเมธ ตั้งประเสริฐ ที่สรุปว่า การออกแบบเนื้อหาเพื่อสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การเน้นคุณลักษณะส่วนบุคคล การนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของผู้สมัคร เช่น ประวัติการทำงาน ความสำเร็จ และความทุ่มเทในการทำงานเพื่อชุมชน จะช่วยให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรู้สึกเชื่อมโยงและเข้าใจผู้สมัครมากขึ้น (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565) ด้านการใช้ภาพและวิดีโอพบว่ามีความสอดคล้องกับงานของสุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ ที่สรุปว่า การใช้ภาพถ่ายและวิดีโอที่มีคุณภาพสูงในการนำเสนอผู้สมัครในสถานการณ์ต่างๆ เช่น การทำงานในชุมชน การพบปะกับประชาชน หรือการพูดในที่สาธารณะ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและเป็นมิตร (สุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ, 2565) ส่วนด้านการสื่อสารนโยบายและวิสัยทัศน์มีความสอดคล้องกับงานของ Medvic, S. K. ที่สรุปว่าการนำเสนอนโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้สมัครอย่างชัดเจนและกระชับ (Medvic, S. K., 2021) โดยเน้นที่ประเด็นที่สำคัญและเป็นที่สนใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จะช่วยให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเข้าใจและเห็นความสำคัญของการเลือกผู้สมัครนั้นๆ มีความสอดคล้องกับงานของ Hutchens, M. J., et al. ที่สรุปว่า การใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, และ Instagram เพื่อสื่อสารคุณลักษณะและนโยบายของผู้สมัครอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถติดตามและรับข้อมูลได้ง่ายขึ้น (Hutchens, M. J. et al., 2021) สำหรับด้านการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีความหลากหลายมีความสอดคล้องกับงานของ สุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ ที่สรุปว่าการสร้างเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น บทความ อินโฟกราฟิก และโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งจดจำผู้สมัครได้ง่ายขึ้น (สุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ, 2565) และมีความสอดคล้องกับงานของ สุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ ที่สรุปว่าการออกแบบเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการวางแผนและการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทและกลุ่มเป้าหมายของผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น ๆ (สุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ, 2566)



องค์ความรู้ใหม่

แนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ประกอบด้วย 1) แนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัคร มีความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่น โดยควรเน้นประเด็นหลัก ได้แก่ 1.1) คุณธรรมและความซื่อสัตย์ เพื่อดึงดูดความเชื่อถือจากประชาชน 1.2) วิสัยทัศน์และแผนการพัฒนา ช่วยแสดงความชัดเจนในอนาคต 1.3) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา สร้างความมั่นใจในความสามารถ 1.4) การเข้าถึงประชาชน แสดงถึงความใกล้ชิดและการเป็นตัวแทน 1.5) นโยบายที่ครอบคลุมทุกกลุ่มคน เพื่อความเท่าเทียม และ 1.6) ทักษะการเป็นผู้นำ เพื่อเสริมความมั่นใจในการบริหารท้องถิ่น 2) แนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อสื่อสารนโยบายการพัฒนาจังหวัด มีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจและสนับสนุนจากประชาชนในการนำเสนอวิสัยทัศน์ โดยควรเน้น 2.1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า และระบบขนส่ง 2.2) การส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น เช่น การสร้างงานและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน 2.3) การพัฒนาการศึกษาและสุขภาพ 2.4) การดูแลสิ่งแวดล้อมและจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน 2.5) การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพัฒนาจังหวัด 2.6) การพัฒนาเทคโนโลยีและบริการภาครัฐ เช่น การใช้ระบบดิจิทัล และ 2.7) ความโปร่งใสและการบริหารจัดการที่ดี 3) แนวทางการใช้สื่อดั้งเดิมเพื่อการรณรงค์เลือกตั้งนายก อบจ. มีความสำคัญในการเข้าถึงและสร้างความใกล้ชิดกับชุมชน โดยประกอบด้วย 3.1) ป้ายหาเสียง ควรติดในจุดสำคัญ ใช้ภาพและข้อความที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจ 3.2) แผ่นพับ ควรให้ข้อมูลนโยบาย ประวัติผู้สมัคร แจกตามพื้นที่ชุมชน 3.3) รถแห่ ใช้ข้อความสั้น กระชับ แห่ตามเส้นทางที่ประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่น 3.4) การปราศรัย จัดในพื้นที่ชุมชน สร้างบรรยากาศที่ดึงดูดและเน้นความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร 3.5) การเดินเคาะประตู พบปะประชาชน โดยตรง สร้างความเชื่อมโยงและรับฟังความคิดเห็น และ 3.6) ห้วคแนน จัดตั้งทีมห้วคแนนเพื่อกระจายข้อมูล และสร้างการสนับสนุนในพื้นที่ และ 4) แนวทางการใช้สื่อใหม่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. มีความสำคัญต้องมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รวดเร็วและมีปฏิสัมพันธ์ โดยสื่อที่ใช้ประกอบด้วย 4.1) เว็บไซต์ ควรเป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เข้าถึงง่าย มีฟีเจอร์โต้ตอบ 4.2) Facebook เน้นการสื่อสารแบบเปิด และใช้โฆษณาเจาะกลุ่มเป้าหมาย 4.3) LINE ส่งข่าวสารตรงถึงผู้สนับสนุนและใช้กลุ่ม LINE เพื่อการสื่อสาร 4.4) YouTube สำหรับเผยแพร่วิดีโอและการถ่ายทอดสด 4.5) TikTok เน้นเนื้อหาสั้นที่ดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ 4.6) X (Twitter) เน้นเนื้อหากระชับและใช้แฮชแท็กเพื่อขยายการเข้าถึง สื่อใหม่เหล่านี้ช่วยเพิ่มการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้สมัคร ผู้วิจัยจึงสรุปจากผลการวิจัยเป็นภาพได้ดังนี้ ไม่ได้ลอกมา สร้างขึ้นมาใหม่จากข้อสรุป จึงไม่มีที่มาจากงานอื่น



ภาพที่ 1 แสดงข้อสรุปองค์ความรู้แนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ.

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) การออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสารคุณลักษณะของผู้สมัครมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในหมู่ประชาชน โดยควรเน้นที่คุณธรรมและความซื่อสัตย์ เพื่อดึงดูดความเชื่อถือจากผู้เลือกตั้ง รวมถึงการนำเสนอวิสัยทัศน์และแผนการพัฒนาอย่างชัดเจนเพื่อแสดงถึงทิศทางในอนาคตของท้องถิ่น ผู้สมัครควรมีประสบการณ์และผลงานที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนในความสามารถของเขา การเข้าถึงประชาชนและแสดงถึงความใกล้ชิดย่อมเพิ่มความเชื่อถือในฐานะตัวแทนที่แท้จริง การนำเสนอนโยบายที่ครอบคลุมทุกกลุ่มคนเป็นการแสดงถึงความเท่าเทียม และสุดท้าย ทักษะการเป็นผู้นำที่ดีจะเสริมสร้างความมั่นใจในความสามารถในการบริหารท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ในด้านการสื่อสารนโยบายการพัฒนาจังหวัด การออกแบบเนื้อหาที่ชัดเจนจะช่วยให้ประชาชนเข้าใจและสนับสนุนนโยบายได้มากขึ้น โดยควรเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า และระบบขนส่ง ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้อย่างชัดเจน การส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะการสร้างงานและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เป็นนโยบายที่สำคัญในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การพัฒนาการศึกษาและสุขภาพยังมีบทบาทในการเพิ่มโอกาสและคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น ควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาจังหวัดจะช่วยเพิ่มความร่วมมือและความโปร่งใส การใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาบริการภาครัฐช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ และท้ายสุด การเน้นความโปร่งใสและการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยสร้างความไว้วางใจจากประชาชน 3) การใช้สื่อดั้งเดิมในการรณรงค์เลือกตั้งนายก อบจ. ยังคงมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงประชาชนและสร้างความใกล้ชิดกับชุมชน โดยพยายามหลีกเลี่ยงควรติดในจุดที่ประชาชนสังเกตเห็นได้ง่ายและใช้ภาพและข้อความที่ชัดเจน



การแจกแผ่นพับที่ให้ข้อมูลนโยบายและประวัติผู้สมัครก็เป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการใช้รถแห่ที่ผ่านตามเส้นทางที่ประชาชนอาศัยหนาแน่นเพื่อเน้นข้อความที่กระชับและเข้าถึงง่าย การปราศรัยในพื้นที่ชุมชนก็เป็นวิธีการสร้างความเชื่อมั่นโดยตรง การเดินเคาะประตูเพื่อพบปะและรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สร้างความเชื่อมโยง และการจัดตั้งทีมหวัคจะแนจะช่วยกระจายข้อมูลและสร้างการสนับสนุนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) สำหรับสื่อใหม่ การนำมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. เป็นสิ่งสำคัญในการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รวดเร็วและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี สื่อใหม่ประกอบด้วยเว็บไซต์ที่ควรเป็นศูนย์กลางข้อมูลและมีฟีดแบ็กโต้ตอบได้ Facebook ซึ่งช่วยในการสื่อสารแบบเปิดและสามารถใช้โฆษณาเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด LINE ใช้สำหรับส่งข่าวสารถึงผู้สนับสนุนและการสื่อสารผ่านกลุ่ม YouTube สำหรับเผยแพร่วิดีโอและการถ่ายทอดสด TikTok ซึ่งเน้นเนื้อหาสั้นที่ดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ และ X (Twitter) เน้นเนื้อหาที่กระชับและใช้แฮชแท็กเพื่อขยายการเข้าถึง สื่อเหล่านี้จะช่วยเพิ่มการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครได้อย่างรวดเร็ว 5) ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติผู้ที่จะเป็นผู้สมัครนายก อบจ. ในครั้งต่อไปควรมีการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะที่โดดเด่น สื่อสารนโยบายการพัฒนาจังหวัดที่โดนใจ ใช้สื่อดั้งเดิมที่เหมาะสม ใช้สื่อใหม่ที่เจาะจง ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาแนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายก อบจ. ปี 2568 ที่หลากหลายพื้นที่ รวมทั้งพื้นที่ที่มีความแตกต่างวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค ส่วนประเด็นอาจจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกด้านการรับรู้ การสร้างแบรนด์ของผู้สมัครโดยการศึกษาจากต้นแบบความสำเร็จ การสร้างความนิยมทางการเมืองเพราะประเด็นเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นอกจากนี้ควรการศึกษาผลกระทบจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นทั้งปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งและปรับแบบการวิจัยจากเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ หรือ เป็นแบบผสมวิธี เพื่อศึกษาข้อค้นพบในแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป

เอกสารอ้างอิง

- ธีรวัช เจนวชิรรักษ์. (2566). การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิออกเสียง กรณีศึกษา: การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565. วารสาร อิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 13(1), 93-112.
- วิสุทธิ ชันศิริ. (2562). กลยุทธ์การตลาดการเมืองของพรรคอนาคตใหม่ในการหาเสียงเลือกตั้ง 24 มีนาคม 2565. วารสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 16(1), 184-221.
- สุพรรณ ภัทรมะวารกุล และคณะ. (2565). กระบวนการสื่อสารในการหาเสียงเลือกตั้งของนักการเมืองท้องถิ่น. วารสารวารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 11(6), 178-196.
- _____. (2566). การสื่อสารเพื่อรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการของกลุ่มสมุทรปราการก้าวหน้า. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(6), 178-196.
- สุเมธ ตั้งประเสริฐ. (2565). กลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของพรรคการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 5(1), 25-38.

- เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์. (2555). กลยุทธ์การโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 11(12), 107-121.
- Abboud, E. et al. (2024). Social media and politics as usual? Exploring the role of socialmedia in the 2022 Kenyan presidential election. *Journal of Eastern African Studies*, 18(2), 321-343.
- Haugsgjerd, A. & Karlsen, R. (2024). Election campaigns, news consumption gaps, and socialmedia: equalizing political news use when it matters? *The International Journal of Press/Politics*, 29(2), 507-529.
- Hutchens, M. J. et al. (2021). Trust over use: Examining the roles of media use and media trust on misperceptions in the 2016 US presidential election. *Mass Communication and Society*, 24(5), 701-724.
- Medvic, S. K. (2021). *Campaigns and elections: players and processes*. Oxfordshire: Routledge.
- Qayumoghli, M. I. (2024). An Overview of The Role of Media and Social Networks on Politics. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 4(1), 90-94.
- Widayat, R. M. et al. (2022). 2019 Election Campaign Model in Indonesia Using Social Media. *Webology*, 19(1), 5216-5235.