

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในพรรคการเมืองผ่านการเลือกตั้งปี

พ.ศ. 2566 กรณีศึกษาพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทย*

FACTORS INFLUENCING POLITICAL PARTY LOYALTY THROUGH THE 2023
ELECTION: A CASE STUDY OF THE MOVE FORWARD PARTY
AND THE PHEU THAI PARTY

อติพัฒน์ วรนิธิภาคย์, ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร, จิดาภา ถิรศิริกุล

Athiphat Voranithipak, Chanchai Chitlaoarporn, Jidapa Thirasirikul

มหาวิทยาลัยสยาม

Siam University

Corresponding Author E-mail: athiphat.v@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในพรรคการเมือง กรณีศึกษาพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยผ่านการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 โดยเชื่อมโยงรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง สถิติการเลือกตั้ง การตลาดทางการเมือง การสื่อสารทางการเมือง และระบบความจงรักภักดีในกลุ่มเพื่อสร้างบริบทของการศึกษา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามและวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและอนุมาน พร้อมสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิเคราะห์การเมือง นักยุทธศาสตร์พรรค และประชาชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในประเทศไทยที่สนใจพรรคการเมืองทั้งสองพรรคและมีประสบการณ์ลงคะแนนเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 โดยใช้วิธีการสุ่ม เพื่อให้ได้ตัวแทนจากประชาชนที่หลากหลายและสะท้อนภาพรวมของความภักดีในพรรคการเมือง ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้วิธีการสถิติขั้นพื้นฐาน เช่น การวิเคราะห์ความถี่, การวิเคราะห์ความสัมพันธ์, และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ซอฟต์แวร์ทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา หรือการวิเคราะห์ธีม เพื่อแยกแยะข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ และตีความหมายของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความภักดีในพรรคการเมือง

*Received February 6, 2025; Revised February 22, 2025; Accepted February 22, 2025

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทั้งสามมีอิทธิพลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้และการตัดสินใจของประชาชน ขณะที่การตลาดทางการเมืองและการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม สิ่งเหล่านี้จะส่งเสริมความภักดีทางการเมืองผ่านการลงคะแนนเลือกตั้งครั้งถัดไป การเข้าร่วมกิจกรรม การสนับสนุนทางการเงิน และการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพรรคการเมือง ซึ่งช่วยเสริมสร้างความผูกพันในระยะยาวและเสริมความมั่นคงของกระบวนการทางการเมืองโดยรวม ทั้งนี้ สมการเชิงโครงสร้างสะท้อนความสัมพันธ์ซับซ้อนของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความภักดีในระบบการเมือง

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล; ความภักดีในพรรคการเมือง; การเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566

Abstract

The purpose of this research paper is to analyze the factors that influence loyalty in political parties. A case study of the Progressive Party and the Party for Thailand through the 2023 election by linking the Constitution on Political Parties, Election Statistics, Political Marketing, Political Markets, Political Parties Political communication and a system of group loyalty to create the context of education. Using an integrated research methodology. Quantitative data is collected through questionnaires and analyzed with descriptive and inferential statistics, as well as in-depth interviews with political analysts. Party strategists and the public. The sample used in the research consisted of voters in Thailand who were interested in both political parties and had experience voting in the 2023 election using a random method to obtain representation from a diverse public and reflect the overall picture of political party loyalty. To analyze quantitative data, basic statistical methods such as frequency analysis, correlation analysis, and hypothesis testing are used. For structural equation analysis, to test the causal relationship between variables, while for qualitative data analysis, content analysis or theme analysis is used to distinguish the data obtained from interviews and interpret the data related to political party loyalty

The research findings indicate that all three factors influence political party loyalty. Domestic political factors directly impact public perceptions and decision-making, while effective political marketing and communication help enhance awareness and engagement. These factors promote political loyalty through voting in future elections, participation in activities, financial support, and information dissemination about the political parties, which contribute to long-term attachment and strengthen the overall political process. The structural equation modeling reflects the complex relationships between the factors that influence trust and loyalty in the political system.

Keywords: Influential Factors; Political Party Loyalty; 2023 General Election

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยว่าด้วยพรรคการเมืองกำหนดให้พรรคการเมืองเป็นกลไกหลักของระบอบประชาธิปไตย โดยต้องดำเนินกิจกรรมทางการเมืองอย่างโปร่งใส และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 มีพรรคการเมืองเข้าร่วมแข่งขันทั้งสิ้น 67 พรรค และมีผู้ใช้สิทธิเลือกตั้ง 39.5 ล้านคน หรือ 75.22% ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด พรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยเป็นสองพรรคที่ได้รับคะแนนเสียงสูงสุด โดยพรรคเพื่อไทยได้รับ 10,962,522 คะแนน (29.01%) และพรรคก้าวไกลได้รับ 14,438,851 คะแนน (38.00%) ในระบบบัญชีรายชื่อ ซึ่งสะท้อนถึงฐานเสียงที่กว้างขวาง และแนวโน้มการแข่งขันทางการเมืองที่เข้มข้น

ความภักดีในพรรคการเมืองถือเป็นหัวใจสำคัญของประชาธิปไตยที่เข้มแข็งและยั่งยืน โดยเป็นตัวชี้วัดความไว้วางใจและการสนับสนุนที่ประชาชนมีต่อพรรคการเมืองในระยะยาว ไม่เพียงแสดงออกผ่านการลงคะแนนเสียง แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของพรรค การสนับสนุนทางการเงิน และการเป็นกระบอกเสียงให้พรรค พรรคการเมืองที่สามารถสร้างความภักดีได้อย่างมั่นคงมักใช้กลยุทธ์ที่ครอบคลุมหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการตลาดทางการเมือง ซึ่งครอบคลุมการวางตำแหน่งของพรรค การกำหนดนโยบาย และการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน ตลอดจนระบบความจงรักภักดีในกลุ่ม ที่ช่วยสร้างฐานผู้สนับสนุนที่เหนียวแน่น

พรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยมีแนวทางที่แตกต่างกันในการสร้างฐานเสียง พรรคก้าวไกลเน้นการใช้ แพลตฟอร์มดิจิทัล และการสื่อสารแบบโต้ตอบกับประชาชนผ่าน

โซเซียลมีเดีย ขณะที่พรรคเพื่อไทยใช้เครือข่ายสมาชิกพรรคที่แข็งแกร่งและการสื่อสารแบบออฟไลน์ควบคู่ไปกับออนไลน์ ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อพรรคการเมืองสามารถแบ่งออกเป็น ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศ เช่น เสถียรภาพและความเชื่อมั่นในรัฐบาล ปัจจัยด้านการตลาดทางการเมือง เช่น การกำหนดนโยบายและการเข้าถึงประชาชน และปัจจัยด้านการสื่อสารการเมือง ซึ่งรวมถึงความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย

การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อพรรคการเมือง โดยเลือกศึกษาพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทย เนื่องจากเป็นสองพรรคที่ได้รับคะแนนเสียงสูงสุดในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้เข้าใจว่าปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศ การตลาด และการสื่อสารมีบทบาทอย่างไรในการสร้างความภักดีของประชาชน และจะเป็นแนวทางให้พรรคการเมืองปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการเมืองและพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดทางการเมืองที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Descriptive Research) ที่เน้นการศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง ผ่านการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการใช้การศึกษารูปแบบกรณีศึกษา (Case Study) ของพรรค

การเมืองในประเทศไทยสองพรรค คือ พรรคก้าวไกล และ พรรคเพื่อไทย ซึ่งเป็นพรรคการเมืองที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจะประกอบไปด้วยผู้มีสิทธิเลือกตั้งในประเทศไทยที่มีความสนใจในพรรคการเมืองทั้งสองพรรค และมีประสบการณ์ในการลงคะแนนในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 โดยกลุ่มตัวอย่างจะถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่ม (Random Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนจากประชาชนที่หลากหลายและสามารถสะท้อนภาพรวมของความภักดีในพรรคการเมือง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้สองวิธีหลักการสำรวจ (Survey) การสำรวจจะใช้แบบสอบถามที่ออกแบบมาเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างในจำนวนมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและการเลือกพรรคความภักดีในพรรค การเข้าร่วมกิจกรรมพรรค และการสนับสนุนทางการเงิน เป็นต้น แบบสอบถามจะถูกจัดทำโดยใช้มาตรวัดที่ได้รับการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) การสัมภาษณ์จะใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในกระบวนการทางการเมือง, ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศ, การตลาดทางการเมือง, การสื่อสารการเมือง, และความคิดเห็นเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจะดำเนินการในระยะเวลา 2 เดือน หลังจากที่ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแล้ว โดยจะเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านการสำรวจจากผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เข้าร่วมในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 และตามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อขุดค้นข้อมูลในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับมุมมองและประสบการณ์ของผู้เลือกตั้งที่มีต่อพรรคการเมือง การได้มาของกลุ่มตัวอย่าง: การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสุ่มตัวอย่างตามจำนวนของ ยามาเน่ (Yamane Formula) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกจะดำเนินการจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญในกลุ่มตัวอย่าง โดยคาดว่าจะเลือกสัมภาษณ์จำนวน 15 คน จากกลุ่มที่มีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับพรรคการเมือง ซึ่งจะช่วยให้สามารถขุดค้นข้อมูลที่มีความหลากหลายและลึกซึ้งในมุมมองและประสบการณ์ของผู้เลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้วิธีการสถิติขั้นพื้นฐาน เช่น การวิเคราะห์ความถี่, การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation), และการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้ซอฟต์แวร์ทางสถิติ เช่น SPSS, STATA หรือ AMOS สำหรับการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หรือการวิเคราะห์ธีม (Thematic Analysis) เพื่อแยกแยะข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ และความหมายของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความภักดีในพรรคการเมือง

ผลการวิจัย

การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลจากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบการเมือง โดยสามารถสรุปผลการวิจัยตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 พบว่าเสถียรภาพทางการเมือง การรักษาเสถียรภาพทางการเมืองเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน การที่รัฐบาลสามารถบริหารจัดการสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยลดความตึงเครียดทางการเมืองและเสริมสร้างความไว้วางใจในสถาบันการเมืองได้ยั่งยืน โดยผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีมุมมองเชิงบวกต่อการรักษาความมั่นคงทางการเมือง (ค่าเฉลี่ย = 3.44, S.D. = 0.73). การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในชุมชนต่างๆ พบว่าความรู้สึกเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ส่วนบุคคลของประชาชน บางกลุ่มรู้สึกว่าการเมืองยังคงอยู่ในช่วงภาวะที่มีความตึงเครียดทางการเมือง ในขณะที่บางกลุ่มรู้สึกว่าการเมืองได้ดีขึ้นหลังจากการจัดการที่มีประสิทธิภาพของรัฐบาล ซึ่งทำให้เห็นว่าการรักษาความมั่นคงทางการเมืองในระยะยาวยังเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ส่วนบุคคล

ความเชื่อมั่นในกระบวนการทางการเมือง กระบวนการทางการเมืองที่มีความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูลได้รับการประเมินในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.39, S.D. = 0.84) แสดงให้เห็นว่า กระบวนการทางการเมืองได้รับการรับรู้ในระดับที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน นอกจากนี้ในการสนทนากับกลุ่มประชาชนหลายกลุ่มที่มีทัศนคติต่อ

กระบวนการเลือกตั้งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นที่แตกต่างกัน บางคนเห็นว่ากระบวนการเลือกตั้งในปัจจุบันมีความโปร่งใสมากขึ้นและยุติธรรม แต่ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองและการตรวจสอบที่ไม่เพียงพอ

ความพึงพอใจต่อการทำงานของรัฐบาล ประชาชนมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงสูงเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน (ค่าเฉลี่ย = 3.38, S.D. = 0.83) การสัมภาษณ์กลุ่มประชาชนที่มีความหลากหลายทางอายุและภูมิภาคพบว่า ความพึงพอใจต่อการทำงานของรัฐบาล มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงผลลัพธ์ของนโยบายและการบริหารจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่รัฐบาลดำเนินการ โดยกลุ่มตัวอย่างได้แบ่งปันความคิดเห็นที่สำคัญ

การมีส่วนร่วมทางการเมือง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจทางการเมืองช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในระบบการเมือง (ค่าเฉลี่ย = 3.52, S.D. = 0.64) การสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองหรือการเลือกตั้งพบว่ามีความรู้สึกว่าการเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วมทางการเมืองยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในเรื่องของช่องทางการสื่อสารที่ไม่ครอบคลุมหรือไม่สะดวกสำหรับทุกกลุ่มประชาชน ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นในระบบการเมือง

ความเคลื่อนไหวทางการเมืองภาคประชาสังคม การเคลื่อนไหวทางการเมืองภาคประชาสังคมที่มีความเป็นอิสระช่วยเสริมสร้างความโปร่งใสและความไว้วางใจในกระบวนการทางการเมืองโดยรวม (ค่าเฉลี่ย = 3.54, S.D. = 0.59) การศึกษาผ่านการสัมภาษณ์พบว่า ความเคลื่อนไหวทางการเมืองภาคประชาสังคม มีบทบาทสำคัญในการสร้างความโปร่งใสและความไว้วางใจในกระบวนการทางการเมือง

2. ปัจจัยการตลาดทางการเมืองที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ความคุ้มค่าในการเลือกตั้ง เช่น ความเชื่อมั่นในผลการดำเนินนโยบายของพรรคการเมือง ได้รับการประเมินในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.75, S.D. = 0.64) ในการสนทนาเชิงลึกกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งหลายคนพบว่า ประชาชนให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของการเลือกตั้งมากกว่าการจัดแคมเปญหรือการสื่อสารของพรรคการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพรรคการเมืองไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างเต็มที่

ปัจจัยด้านสินค้า พรรคการเมืองและนักการเมืองที่มีความน่าเชื่อถือและมโนนโยบายที่ตอบโจทย์ประชาชนได้รับการประเมินในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.69, S.D. = 0.62) ในการสัมภาษณ์พบว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของนักการเมืองและ

พรรคการเมืองที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชน การเลือกตั้งจึงไม่ใช่แค่การตัดสินใจจากนโยบายแต่ยังมีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบุคคลที่เสนอแนวทางในการบริหารประเทศ

ปัจจัยด้านสถานที่ ช่องทางการติดต่อที่หลากหลายและสะดวกมีความสำคัญในการเข้าถึงประชาชน (ค่าเฉลี่ย = 3.62, S.D. = 0.61) ในการสัมภาษณ์กลุ่มประชาชนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกตั้งพบว่า ช่องทางการติดต่อและสถานที่ที่พรรคการเมืองใช้ในการเข้าถึงประชาชนมีความสำคัญมาก ในบางกรณี การเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางที่สะดวกและเหมาะสมสามารถสร้างความสนใจและความเชื่อมั่นในผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการจัดแคมเปญหาเสียงที่ประสบความสำเร็จได้รับการประเมินในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.62, S.D. = 0.64) การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเลือกตั้งพบว่า การส่งเสริมภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองและนักการเมืองเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกตั้ง โดยประชาชนให้ความสำคัญกับการรับรู้และการมีปฏิสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของพรรคหรือผู้สมัคร

ปัจจัยความรู้ทางการเมือง ความรู้ทางการเมืองมีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.63, S.D. = 0.58) จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชาชนพบว่า ความรู้ทางการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูล และทำให้สามารถเลือกพรรคการเมืองหรือผู้สมัครที่ตรงกับความต้องการและความคิดเห็นของตนเองได้ ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

3. ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง ที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 พบว่า

ปัจจัยของสาร การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและการนำเสนอข้อมูลที่กระชับได้รับการยอมรับสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 3.66) โดยมีความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน การสัมภาษณ์กับประชาชนพบว่า การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการเมืองมีความใกล้ชิดและใส่ใจในความเข้าใจของประชาชน ซึ่งส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพรรคการเมืองกับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

ปัจจัยของช่องทางการสื่อสาร ช่องทางออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย = 3.66) ช่องทางการสื่อสารผ่านออนไลน์ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากประชาชนที่มีการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะในการเข้าถึงข้อมูลและ

การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่างๆ อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตยังคงมีความยากลำบากในการเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้

ปัจจัยของผู้รับสาร ผู้รับสารที่มีความรู้ทางการเมืองสามารถแยกแยะและเข้าใจสารจากพรรคการเมืองได้ดีกว่า (ค่าเฉลี่ย = 3.67) ปัจจัยของผู้ส่งสาร ผู้สนับสนุนพรรคที่เชื่อมั่นเห็นว่าผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือและมีความรู้ในเรื่องที่นำเสนอ (ค่าเฉลี่ย = 3.71) การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ทางการเมืองพบว่า พวกเขามักจะเลือกข้อมูลจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น ผู้สนับสนุนพรรคการเมืองที่ได้รับการยอมรับในวงกว้าง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในการสื่อสารเรื่องทางการเมือง

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศภายในประเทศ การตลาดทางการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของประชาชนต่อรัฐบาล โดยการรักษาความเสถียรภาพของรัฐบาล การทำงานอย่างโปร่งใสการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม และการใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในระบบการเมือง นอกจากนี้ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีทางการเมือง ได้แก่ ความตั้งใจลงคะแนนให้พรรคในการเลือกตั้งครั้งถัดไป การเข้าร่วมกิจกรรมพรรค การสนับสนุนทางการเงินแก่พรรค และการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพรรคให้ผู้อื่น ซึ่งช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความภักดีในระยะยาว ทั้งนี้ยังช่วยเพิ่มความมั่นคงในกระบวนการทางการเมืองโดยรวม นอกจากนี้สมการเชิงโครงสร้างนี้สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นและความภักดีทางการเมือง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีในระบบการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัยที่สัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง
ผลการวิจัยของผู้วิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมืองสอดคล้องกับงานวิจัยในไทยบางชิ้น โดยเฉพาะการวิเคราะห์ผลกระทบจากประสบการณ์การเลือกตั้งและการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของพรรค งานวิจัยของ ศราวุธ สุขสวัสดิ์ (2558) พบว่าการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสัมมนาหรือการประชุมพรรค มีผลต่อความผูกพันทางการเมืองและความภักดีต่อพรรคในการเลือกตั้งครั้งถัดไป ขณะที่งานวิจัยของ สุพรรณิ อัมระนันท์ (2560) ชี้ว่า ความโปร่งใสในการดำเนินงานของรัฐบาลมีผลต่อความไว้วางใจของประชาชนและการสนับสนุนพรรคการเมืองที่บริหาร



ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยในไทยที่มองว่า ปัจจัยต่างๆ เช่น ความโปร่งใส การรักษาเสถียรภาพ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมพรรคเป็นตัวบ่งชี้ความภักดีที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยบางชิ้นอาจเน้นการศึกษาผลกระทบจากปัจจัยภายในพรรคการเมือง เช่น การสื่อสารหรือการนำเสนอแนวคิดพรรค มากกว่าการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐบาลหรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง จึงอาจทำให้ผลการวิจัยของผู้วิจัยมีความแตกต่างในแง่ของการเชื่อมโยงการบริหารประเทศและความภักดีของประชาชนต่อพรรคการเมือง

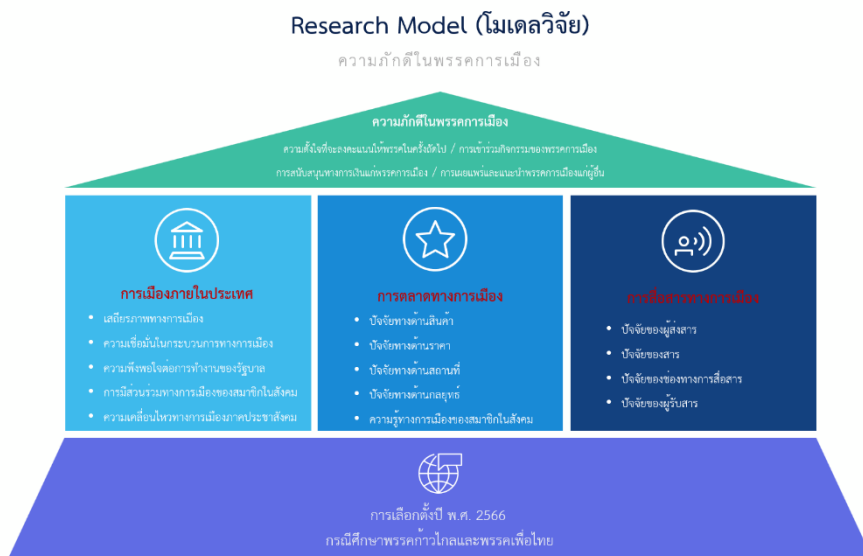
2. ปัจจัยการตลาดทางการเมืองที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง
ผลการวิจัยของผู้วิจัยเกี่ยวกับการตลาดทางการเมืองในยุคดิจิทัลสอดคล้องกับงานวิจัยในไทยหลายชิ้นที่เน้นการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความภักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะการใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์และการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ซึ่งมีผลสำคัญต่อการดึงดูดผู้สนับสนุนและรักษาฐานเสียงในระยะยาว งานวิจัยของ อภิชาติ พลวิชัย (2560) พบว่าการใช้โซเชียลมีเดียในการสร้างแบรนด์และการสื่อสารที่ตรงประเด็นผ่านช่องทางดิจิทัลทำให้พรรคการเมืองได้รับการสนับสนุนจากประชาชนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้วิจัยที่พบว่าการสร้างแบรนด์และใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์สามารถเสริมสร้างความภักดีต่อพรรคการเมืองได้ งานวิจัยของ สมชาย สุขสวัสดิ์ (2563) ระบุว่า การสนับสนุนทางการเงินจากประชาชนเป็นสัญลักษณ์ของความผูกพันและความมั่นใจในพรรคการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า การกระตุ้นการสนับสนุนทางการเงินช่วยรักษาฐานเสียงและความมั่นคงทางการเมือง นอกจากนี้ งานวิจัยของ พรชัย วัฒนานันท์ (2563) พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพรรคและการกระตุ้นให้สมาชิกประชาสัมพันธ์พรรคช่วยขยายฐานสนับสนุน ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่พบว่า การเผยแพร่ข้อมูลช่วยเสริมสร้างความภักดีในระยะยาว

โดยรวมแล้วผลการวิจัยของผู้วิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยในไทยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองและการสร้างความภักดีในพรรคการเมือง รวมถึงเสริมมุมมองเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการเงินและการเผยแพร่ข้อมูลในยุคดิจิทัล ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างและรักษาความภักดีของประชาชนต่อนโยบายและพรรคการเมือง

3. ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง
ผลการวิจัยของผู้วิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อความภักดีของประชาชนต่อพรรคการเมืองสอดคล้องกับงานวิจัยในไทยหลายชิ้น โดยเฉพาะในด้านกลยุทธ์การ

สื่อสารและการเลือกช่องทางที่เหมาะสมในการเข้าถึงประชาชน งานวิจัยของ วัชรพล บุญรอด (2559) พบว่าการเลือกช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม เช่น การใช้โซเชียลมีเดียและการมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความผูกพันต่อพรรค โดยเฉพาะเมื่อพรรคสามารถสื่อสารนโยบายได้ชัดเจนและตรงกับความคาดหวังของประชาชน งานวิจัยของ ศราวุธ สุขสวัสดิ์ (2558) ศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลและผลต่อการตัดสินใจทางการเมือง พบว่าพรรคที่เปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ สามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและยั่งยืนกับประชาชนได้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของผู้วิจัย พบว่าแนวทางการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีต่อพรรคการเมือง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของผู้วิจัยเน้นการเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารและการพัฒนาความเชื่อมั่นในพรรค ซึ่งขยายมุมมองจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่เน้นด้านการใช้สื่อและกิจกรรมทางการเมืองในเชิงปฏิบัติเป็นหลัก

องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

การสร้าง ความรักดีในพรรคการเมืองเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย ทั้งด้านการเมืองภายในประเทศ การตลาดทางการเมือง และการสื่อสารทางการเมือง ซึ่ง ผลการศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความรักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของ พรรคก้าวไกล และ พรรคเพื่อไทย ในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566

1. ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลต่อความรักดีในพรรคการเมือง จากการวิจัยพบว่า ความเสถียรภาพของรัฐบาล เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความรักดีในพรรคการเมือง ในกรณีของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทย การรักษาความเสถียรภาพในการดำเนินงานของรัฐบาลถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในพรรค ซึ่งในกระบวนการนี้การดำเนินนโยบายที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความรักดีในระยะยาวได้ นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความรักดี โดยการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมือง เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมพรรค การสัมมนา หรือการเสนอความคิดเห็นทางการเมือง เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างพรรคกับประชาชน

2. ปัจจัยการตลาดทางการเมืองที่ส่งผลต่อความรักดี ผลการวิจัยยังพบว่า กลยุทธ์การตลาดทางการเมือง มีบทบาทสำคัญในการสร้างความรักดีในพรรคการเมือง โดยเฉพาะการใช้ สื่อมวลชนและช่องทางดิจิทัล ในการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของพรรค ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้กิจกรรมการเลือกตั้ง เช่น การจัดกิจกรรมหรือการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกมีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกตั้ง ก็ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างฐานผู้สนับสนุนที่มั่นคงและยั่งยืน นอกจากนี้ การสนับสนุนทางการเงินก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการรักษาความรักดี โดยเฉพาะการมี ผู้สนับสนุนที่มาจากฐานประชาชน ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงให้กับพรรคและทำให้พรรคสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อความรักดี จากการศึกษา พบว่าการใช้ช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความรักดีในพรรคการเมือง โดยพรรคที่ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้ เช่น โซเชียลมีเดีย สื่อโทรทัศน์ และกิจกรรมต่างๆ จะสามารถสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงกับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นและรักดีต่อพรรคการเมืองนั้นๆ การวิจัยนี้ได้นำเสนอองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความรักดี

ในพรรคการเมือง ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศ เช่น ความเสถียรภาพของรัฐบาลและการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม ปัจจัยการตลาดทางการเมือง เช่น การใช้กลยุทธ์การตลาดและการสนับสนุนทางการเงิน และ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง เช่น การใช้ช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสื่อสารข้อมูลอย่างชัดเจน ทั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การเมืองและการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อเสริมสร้างความภักดีในพรรคการเมืองในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การส่งเสริมความเสถียรภาพของรัฐบาล ควรเน้นการเสริมสร้างความมั่นคงในรัฐบาลผ่านการดำเนินนโยบายที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีในพรรคการเมืองได้ในระยะยาว
2. การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม พรรคการเมืองควรสร้างช่องทางที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมืองมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมหรือการเสวนาในระดับชุมชน ซึ่งจะทำให้ประชาชนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ
3. การสนับสนุนการตลาดทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง ควรมีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่ทันสมัยโดยเน้นการใช้สื่อมวลชนและช่องทางดิจิทัลในการเผยแพร่ข้อมูลนโยบายพรรค เพื่อเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่หลากหลายและเพิ่มความสัมพันธ์กับประชาชนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. การสร้างความเสถียรภาพในการดำเนินงานของรัฐบาล ควรมีการตรวจสอบผลกระทบจากนโยบายที่ดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถแก้ไขปัญหาประชาชนได้จริง เช่น การประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
2. การใช้กลยุทธ์การตลาดทางการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ พรรคการเมืองควรใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น การตลาดออนไลน์ การโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย และการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมจากประชาชน เพื่อเสริมสร้างฐานผู้สนับสนุน

3. การสื่อสารอย่างโปร่งใสและชัดเจน พรรคควรใช้สื่อสารที่มีหลายช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย และการประชุมในชุมชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเข้าใจนโยบายของพรรคได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาผลกระทบจากกลยุทธ์การสื่อสาร ควรศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้สื่อมวลชนกับโซเชียลมีเดียเพื่อดูว่าแต่ละช่องทางมีผลต่อความภักดีของประชาชนในระยะยาวอย่างไร

2. การสำรวจพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชน การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมทางการเมือง เช่น การเลือกตั้งหรือกิจกรรมของพรรคจะช่วยให้เข้าใจความต้องการและการตอบสนองจากประชาชน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในระดับต่างๆ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความภักดีในพรรคการเมือง เช่น ความสามารถในการบริหารจัดการ หรือความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำพรรคกับผู้สนับสนุน

เอกสารอ้างอิง

- พรชัย วัฒนานันท์. (2563). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลทางการเมืองและผลกระทบต่อความภักดีทางการเมือง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พี.เอ็น.เอ.
- วัชรพล บุญรอด. (2559). การสื่อสารทางการเมืองและการสร้างความภักดี. กรุงเทพฯ: สถาบันการสื่อสารการเมือง.
- ศราวุธ สุขสวัสดิ์. (2558). การใช้สื่อในยุคดิจิทัลและผลกระทบต่อการตัดสินใจทางการเมือง. สถาบันวิจัยทางการเมือง.
- สมชาย สุขสวัสดิ์. (2563). การสนับสนุนทางการเงินจากประชาชนและผลกระทบต่อความภักดีในพรรคการเมือง. สถาบันการศึกษาทางการเมือง.
- สุพรรณิ อัมระนันท์. (2560). ผลกระทบของความโปร่งใสในการดำเนินงานของรัฐบาลต่อความภักดีในพรรคการเมือง. สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.
- อภิชาติ พลวิชัย. (2017). ผลกระทบของการใช้โซเชียลมีเดียในกลยุทธ์การตลาดทางการเมือง. กรุงเทพฯ: สถาบันสื่อสารมวลชน.