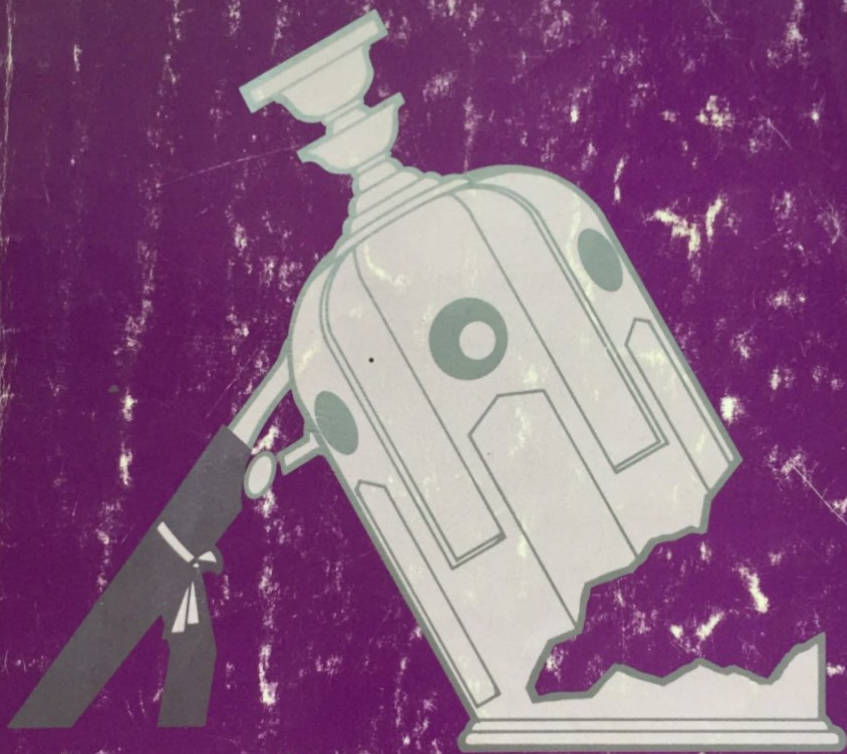


การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : แนวคิดทฤษฎีและปฏิบัติการ  
ELECTION CAMPAIGN : CONCEPT THEORY AND PRACTICE



324.9593  
↑127



ครบรอบ 10 ปี คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
สิงหาคม 2536

## คำนำ

หน้า

ส่วนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎี	5
1. ปรากฏการณ์และปัญหา	8
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
3. ขอบเขตของการศึกษา	10
4. แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	11

ส่วนที่ 2 การจัดการรณรงค์ตามแนวคิด 3 เขตยุทธศาสตร์	28
1. แผนปฏิบัติการ 3 เขตยุทธศาสตร์การรณรงค์	29
2. การวิเคราะห์สถานการณ์ในพื้นที่การรณรงค์	37
3. การจัดองค์กรและการบริหารศูนย์อำนวยการเลือกตั้ง	44
4. การสำรวจฐานคะแนนนิยมเพื่อการปฏิบัติการทางการเมือง	55
5. การวางแผนปฏิบัติการการกำกับติดตามและการประเมินผล การปฏิบัติงานของหัวหน้าระดับตำบล	60
6. การสนองตอบของประชาชนต่อนโยบายปราศรัยหาเสียงเลือกตั้ง	63

ส่วนที่ 3 การป้องปรามการทุจริตในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง	66
1. ประสิทธิภาพการนำนโยบายป้องปรามทุจริตเลือกตั้งขององค์กรกลางไปปฏิบัติ : ต่อการใช้ระบบข่าวสาร ด้านกว้างด้านลึกในการแจ้งเตือนผู้ที่อยู่ในข่ายเบาะแสและผิดกฎหมายเลือกตั้ง	67
2. ประสิทธิภาพของการนำนโยบายป้องปรามทุจริตเลือกตั้งของโครงการ ท.ม.ก. ไปปฏิบัติ	71

ส่วนที่ 4 นวัตกรรมทางการเมือง	74
ประสิทธิภาพของโครงการพิธีปาฐกถารวมเพื่อป้องปรามการซื้อสิทธิขายเสียง	75
1. กรณีเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่ผ่านและไม่ผ่านกระบวนการกล่อมเกลางานศิลปวัฒนธรรม	75
2. ภายใต้นวาทกรรมการสามัคคีเด็กนักเรียนชนบทในการสนับสนุนแผนแม่ข่ายรวม	77
3. ภายใต้นวาทการใช้เวทีประชาธิปไตยประกอบรายการบันเทิงและการเผยแพร่รวม	81

สรุป	86
------	----

บรรณานุกรม	90
------------	----