

การสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกล ในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2566*

POLITICAL COMMUNICATION OF THE MOVE FORWARD PARTY'S DECENTRALIZATION POLICY IN THE 2023 THAI GENERAL ELECTION

ชนะทัศน์ นาคจัน^{1*}, กานต์ บุญศิริ¹, วิทยาธร ท่อแก้ว¹, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์²

Chanatus Nakjan^{1*}, Karn Boonsiri¹, Wittayathorn Thokeaw¹, Kuntida Thamwipat²

¹สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

¹School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

²Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: chanatus.n@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์นโยบายการกระจายอำนาจ วิธีการและสื่อที่ใช้ในการนำเสนอโยบาย ตรวจสอบระดับการรับรู้ของประชาชน เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองและการกำหนดนโยบายสาธารณะในอนาคต โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม และเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารพรรคก้าวไกลและนักวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า นโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกลมุ่งยุติระบอบการรวมศูนย์ โดยเสนอให้ท้องถิ่นมีบทบาทหลักในการให้บริการสาธารณะผ่าน 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ งาน เงิน คน และผู้ว่าเลือกตั้ง โดยอิงแนวคิด Negative List และส่งเสริมการตัดสินใจในระดับท้องถิ่น วิธีการและสื่อที่ใช้ประกอบด้วย สื่อดั้งเดิม (ป้ายหาเสียง โทรทัศน์) สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, YouTube, Twitter) สื่อกิจกรรม (การลงพื้นที่ ปราชญ์ เวทีดีเบต) และสื่อบุคคล ระดับการรับรู้นโยบายอยู่ในระดับปานกลางค่าเฉลี่ย 2.91 นโยบายที่มีระดับการรับรู้สูงสุด คือ การเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดค่าเฉลี่ย 3.29 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของนโยบายพบว่า ประชาชนมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงต่อประเด็นความโปร่งใสของท้องถิ่นค่าเฉลี่ย 3.83 ลักษณะประชากรอายุ การศึกษา และอาชีพ มีผลต่อระดับการรับรู้นโยบายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพศและรายได้ไม่มีผลต่อระดับการรับรู้ ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรับรู้ของประชาชน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การปฏิรูประบอบราชการและกฎหมายให้อำนาจการกระจายอำนาจ การกำหนดสถานะข้าราชการท้องถิ่นให้เทียบเท่าข้าราชการพลเรือน ข้อเสนอเชิงปฏิบัติเน้นการออกแบบเนื้อหา นโยบายที่กระชับ ใช้ภาษาง่าย เลือกสื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย และมีระบบประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: นโยบายการกระจายอำนาจ, การวิเคราะห์ทางการเมือง, การใช้สื่อในการสื่อสารนโยบาย

Abstract

This study aims to analyze the decentralization policy of the Move Forward Party (MFP), examine the communication methods and media employed, assess public awareness, and propose strategies for enhancing policy communication. A mixed-methods approach was applied, combining

survey data with in-depth interviews with MFP executives and academic experts. Findings indicate that the MFP's decentralization policy seeks to dismantle centralized bureaucracy by empowering local administrations to provide public services based on four core components: responsibilities, finance, personnel, and the direct election of provincial governors. Guided by the "Negative List" approach, the policy promotes greater local decision-making autonomy. The party communicated the policy through multiple channels, including traditional media (billboards, television), social media (Facebook, YouTube, Twitter), event-based platforms (campaign rallies, debates), and interpersonal interactions. Public awareness was moderate (mean = 2.91), with the highest recognition for the policy on gubernatorial elections (mean = 3.29). Citizens expressed strong agreement regarding the importance of local transparency (mean = 3.83). Demographic factors such as age, education, and occupation significantly affected awareness, while gender and income did not. Communication channels were also found to influence awareness levels. Policy recommendations emphasize reforming bureaucratic and legal frameworks to facilitate decentralization and elevating the status of local officials to be equivalent to civil servants. Practical recommendations include designing concise and accessible content, tailoring communication to target groups, and establishing continuous evaluation mechanisms. The study contributes to political communication scholarship and provides practical insights for enhancing the effectiveness of policy communication and future public policy development.

Keywords: Decentralization Policy, Political Analysis, Media Use in Policy Communication

บทนำ

ในบริบทการเมืองร่วมสมัยการสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจและแรงสนับสนุนจากประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับ “การกระจายอำนาจ” ซึ่งเป็นหัวใจของการปฏิรูประบบราชการและการพัฒนาท้องถิ่นอย่างทั่วถึง หลักการกระจายอำนาจปรากฏอยู่ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 78 ซึ่งบัญญัติให้รัฐต้องส่งเสริมให้มีการกระจายอำนาจไปสู่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตลอดจนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายสาธารณะ ดังนั้นการสื่อสารนโยบายในเรื่องนี้ จึงมีนัยสำคัญต่อกระบวนการประชาธิปไตยในระดับรากหญ้า แต่ในทางปฏิบัติประเทศไทยยังคงเผชิญกับข้อจำกัดของระบบราชการแบบรวมศูนย์ และการขาดช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างรัฐกับประชาชน

ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2566 เป็นปรากฏการณ์ที่หลายพรรคการเมืองได้นำประเด็น “การกระจายอำนาจ” มาเป็นหัวใจของนโยบาย โดยเฉพาะพรรคก้าวไกลซึ่งได้สื่อสารนโยบายในประเด็นนี้ผ่านโครงสร้าง “9 เสานโยบาย” โดยมุ่งเน้น “จังหวัดจัดการตนเอง” เป็นสำคัญ การสื่อสารเชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การลงพื้นที่ และการใช้บุคคลสำคัญของพรรคในการอธิบายนโยบายล้วนส่งผลต่อระดับการรับรู้ของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ Castells, M. ที่ชี้ว่าระบบสื่อสารดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดความคิดและการมีส่วนร่วมของประชาชนในยุคข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ในกลุ่มประชากรเป้าหมายที่ศึกษาได้แก่ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วไปใน พ.ศ. 2566 จำนวนกว่า 52 ล้านคน พบว่า มีความหลากหลายในเรื่องอายุ อาชีพ การศึกษา และการเข้าถึงสื่อ ทำให้ระดับของการรับรู้ต่อเนื้อหานโยบายการกระจายอำนาจยังแตกต่างกันอย่างชัดเจน (Castells, M., 2000) โดยเฉพาะในกลุ่ม “ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก” มีประมาณร้อยละ 2 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งแสดงออกอย่างชัดเจน



ผ่านปรากฏการณ์ทางสังคม เช่น “ด้อมสั้ม” ที่แสดงความสนใจและมีส่วนร่วมในการเมืองท้องถิ่นมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ขึ้นไปประมาณร้อยละ 23.51 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หรืออาศัยในพื้นที่ชนบทยังคงเข้าถึงข้อมูลได้จำกัด จึงเป็นประเด็นที่ควรศึกษาเชิงลึกว่าการสื่อสารของพรรคก้าวไกลสามารถครอบคลุมและส่งผลกระทบต่อความเข้าใจของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างไร และอย่างไรถึงเพียงใด

ด้วยเหตุนี้งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกลในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2566” จึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์ทั้งในเชิงเนื้อหา นโยบาย ช่องทางการสื่อสารและระดับการรับรู้ของประชาชน โดยเฉพาะในบริบทการเมืองใหม่ที่ประชาชนมีบทบาทมากขึ้นในการกำหนดอนาคตของตนเอง ผลการศึกษาจะช่วยให้เข้าใจถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคก้าวไกล และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางสำหรับพรรคการเมืองอื่นหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในการออกแบบนโยบายและการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา นโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกล
2. เพื่อศึกษาวิธีการใช้สื่อในนำเสนอ นโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกล
3. เพื่อตรวจสอบระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายการกระจายของพรรคก้าวไกล
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือระหว่างกันได้ การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการสื่อสารนโยบายของพรรคก้าวไกล ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย การออกแบบการวิจัยอ้างอิงทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง (McNair, B., 1995) และแบบจำลองการสื่อสาร (Berlo, D. K., 1960) เพื่อตรวจสอบกระบวนการสื่อสาร ช่องทาง และการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายของพรรคการเมือง

ประชากรในงานวิจัย แบ่งเป็นสองกลุ่ม ได้แก่

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและการสื่อสารของพรรคก้าวไกล เช่น ผู้กำหนดนโยบาย นักยุทธศาสตร์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสาร และนักวิชาการ
2. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน 52,287,045 คน โดยใช้สูตรของ (Yamane, T., 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งตามหลักสถิติ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรทั้งหมดโดยตรง หากขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Margin of Error) ส่งผลให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมอยู่ที่ 400 คน ถือว่าเพียงพอตามหลักสถิติในการสะท้อนความคิดเห็นของประชากรขนาดใหญ่ นอกจากนี้ หลักการสุ่มอย่างเป็นระบบทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งทุกคนมีโอกาสเท่ากันที่จะถูกเลือกเข้ามาอยู่ในกลุ่มตัวอย่าง ช่วยลดอคติ (bias) และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย อีกทั้งจำนวน 400 คนยังถือว่าเป็น “ขนาดมาตรฐาน” ที่ใช้กันอย่างกว้างขวางในงานวิจัยทางสังคมและการเมือง เพราะสามารถสร้างความหลากหลายทางด้านอายุ เพศ การศึกษา และอาชีพได้ในระดับที่เหมาะสม เพื่อสะท้อนมุมมองของประชาชนทั้งประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เครื่องมือในการวิจัย แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการออกแบบคำถามอย่างเป็นระบบครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ การออกแบบเนื้อหาสาระสำคัญของนโยบายการกระจายอำนาจ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ การประเมินความสำเร็จของการใช้สื่อ และการประเมินการรับรู้ของประชาชน โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้งาน

2. แบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นต่อผลกระทบของนโยบาย ช่องทางการรับรู้ ระดับการรับรู้ ความเห็นต่อนโยบาย และความคาดหวังในนโยบาย โดยใช้มาตราส่วน Likert 5 ระดับ แบบสอบถามนี้ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธี Index of item objective congruence (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ถือว่ามีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยติดต่อผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้าเพื่อนัดหมายสัมภาษณ์โดยเก็บข้อมูลผ่านการบันทึกเสียงและการจดบันทึกภายใต้การอนุญาตอย่างเป็นทางการจากผู้ให้สัมภาษณ์

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมผ่านสองช่องทาง ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์และแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form โดยประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่ม Facebook และ Line ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน สิงหาคม - ตุลาคม 2567 พื้นที่การเก็บข้อมูลออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนแบบสอบถามออนไลน์ไม่ได้จำกัดพื้นที่แต่มีการตรวจสอบเพื่อป้องกันการตอบซ้ำและจำกัดสิทธิ์การตอบแบบสอบถามเพียงหนึ่งครั้งต่อหนึ่งบัญชี และมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ เช่นการคัดกรองคำตอบที่ไม่ครบถ้วนหรือผิดเงื่อนไข

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอุปนัย (Inductive content analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูลตามหัวข้อหลัก ได้แก่ เนื้อหานโยบาย ช่องทางการสื่อสาร และแนวทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ Independent t-test และ One-way ANOVA เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้ตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับความเห็นจะเก็บข้อมูลด้วยการใช้ Likert Scale ในการสอบถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ ระดับที่ 1 ไม่ทราบ ระดับที่ 2 ทราบน้อย ระดับที่ 3 ทราบปานกลาง ระดับที่ 4 ทราบมาก และระดับที่ 5 ทราบมากที่สุด และนำมาหาค่าเฉลี่ย โดยแบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย ใช้วิธีการแบ่งช่วงคะแนนเท่า ๆ กัน (Equal Interval Classification) ตามแนวปฏิบัติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแปลงผลระดับค่าเฉลี่ย

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	ระดับการรับรู้ต่ำ
2.34 - 3.66	ระดับการรับรู้ปานกลาง
3.67 - 5.00	ระดับการรับรู้สูง

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์เนื้อหานโยบายการกระจายอำนาจ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารพรรคก้าวไกลและผู้เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่าเนื้อหานโยบายการกระจายอำนาจมีจุดมุ่งหมายเพื่อยุติระบบราชการรวมศูนย์และเพิ่ม



บทบาทของท้องถิ่นในการพัฒนาประเทศ โดยเนื้อหา นโยบายแบ่งออกเป็น 4 แกนหลัก ได้แก่ 1) งาน เปลี่ยนแนวทางการมอบอำนาจจากระบบ “Positive List” เป็น “Negative List” เพื่อให้ท้องถิ่นมีอิสระในการจัดบริการสาธารณะ ยกเว้นภารกิจด้านความมั่นคง 2) เงิน เพิ่มสัดส่วนรายได้ท้องถิ่นจาก 29% เป็น 35% ของรายได้รัฐภายใน 4 ปี พร้อมปลดล็อกให้ท้องถิ่นสามารถกู้เงิน ออกพันธบัตร และเวนคืนที่ดินได้ 3) คน ยกเลิกข้อจำกัดด้านการจัดสรรบุคลากร พร้อมส่งเสริม Career Path และศักดิ์ศรีของข้าราชการท้องถิ่นให้เทียบเท่ากับส่วนกลาง 4) ผู้ว่าเลือกตั้ง ผลักดันให้มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดพร้อมลดบทบาท “ราชการส่วนภูมิภาค” ให้ท้องถิ่นเป็นผู้นำในการพัฒนาแทน โดยสรุปแล้วเนื้อหาของนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกลเป็นการนำแนวคิดจากประเทศต่าง ๆ ที่ดำเนินการแล้วทำให้เกิดการพัฒนาในระดับท้องถิ่นโดยตรงเพื่อให้ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น โดยมองว่าท้องถิ่นจะเข้าใจความต้องการบริการสาธารณะของท้องถิ่นได้ดีกว่า และสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วกว่าการบริหารจากส่วนกลาง รวมถึงการปรับเรื่องสัดส่วนของงบประมาณ การจ้างบุคลากร การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรที่ทำงานในระดับองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีศักดิ์และสิทธิเทียบเท่ากับข้าราชการส่วนกลาง ในช่วงการหาเสียงเลือกตั้งพรรคก้าวไกลได้ใช้นโยบายการกระจายอำนาจเป็นนโยบายหลักในการเข้าถึงประชาชนในระดับท้องถิ่น

2. วิธีการใช้สื่อในนำเสนอนโยบายการกระจายอำนาจ พบว่า พรรคก้าวไกลมีการใช้สื่อผสมผสานอย่างหลากหลายทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และสื่อบุคคล โดยแยกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้ 1) สื่อดั้งเดิม เช่น ป้ายหาเสียง โทรทัศน์ วิทู และสิ่งพิมพ์ ใช้เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลให้ประชาชนบางส่วนที่อยู่ในบางพื้นที่และบางกลุ่มช่วงอายุ ได้รับรู้ข่าวสารและนโยบาย รวมถึงข้อมูลผู้สมัครของพรรคฯ สื่อกลุ่มนี้จะเป็นการส่งสารให้กับประชาชนเพียงฝ่ายเดียวถือว่าเป็นสื่อที่ยังคงใช้ได้ผลและสื่อได้ทั่วถึง 2) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านสื่อ Facebook, Twitter/X, YouTube, Instagram และ Website ของพรรคก้าวไกล เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มวัยทำงานเป็นหลัก นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับสารหรือประชาชนได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถสะท้อนความสนใจได้จากยอดการเข้าถึง การแชร์ การตอบโต้ สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นสื่อหลักที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาของพรรคก้าวไกล 3) การใช้สื่อกิจกรรมผ่านการจัดปราศรัย การลงพื้นที่ของสมาชิกพรรคในแต่ละพื้นที่ การเข้าร่วมเวทีดีเบตและเวทีเสวนาในโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการเน้นการรับรู้ของประชาชนเป็นหลัก นอกจากนี้การลงพื้นที่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน มีบทบาทในการสร้างความไว้วางใจสามารถรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของประชาชนได้โดยตรง 4) การใช้สื่อบุคคล หัวหน้าพรรค แกนนำพรรค สมาชิกระดับผู้บริหารในพรรคฯ สื่อสารในภาพรวมของนโยบาย และส.ส. ในพื้นที่สำหรับการสื่อสารนโยบายเฉพาะพื้นที่ ผลการศึกษาในส่วนเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้นโยบายผ่านสื่อต่าง ๆ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละการรับรู้นโยบายผ่านสื่อ

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ	สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อดั้งเดิม			สื่อกิจกรรม		
ป้ายหาเสียง	243	60.75	ปราศรัย	82	20.50
วิทู	39	9.75	ลงพื้นที่	158	39.50
โทรทัศน์	229	57.25	เวทีดีเบต	92	23.00
สิ่งพิมพ์	75	18.75	เวทีเสวนา	48	12.00
สื่อสังคมออนไลน์			สื่อบุคคล		
Website	71	17.75	หัวหน้าพรรค	75	18.75
Facebook	252	63.00	เลขาธิการพรรค	19	4.75
Twitter/X	86	21.50	แกนนำพรรค	62	15.50
YouTube	112	28.00			

เมื่อรวมทุกช่องทางการสื่อสารแล้ว สื่อที่ประชาชนรับรู้ข้อมูลนโยบายมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 Facebook ร้อยละ 63% อันดับ 2 ป้ายหาเสียง ร้อยละ 60.75% อันดับ 3 โทรทัศน์ ร้อยละ 57.25% อันดับ 4 การลงพื้นที่ ร้อยละ 39.50% และอันดับ 5 YouTube ร้อยละ 28.00%

3. ตรวจสอบระดับการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายการกระจายอำนาจ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม = 2.91 จาก 5 คะแนน โดยนโยบายที่ประชาชนรับรู้มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดค่าเฉลี่ย 3.29 2) มีการเลือกตั้งนายกเทศทุกเขตในกทม. 3.07 3) ท้องถิ่นโปร่งใส เปิดเผยงบประมาณและจัดซื้อจัดจ้าง 3.00 4) ประชาชนเข้าชื่อออนไลน์เพื่อเสนอโครงการหรือถอดถอนท้องถิ่น 3.00 5) เพิ่มงบท้องถิ่น 2.98

ผู้วิจัยได้เลือกนโยบายการกระจายอำนาจ 5 นโยบายที่มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้สูงที่สุด 5 อันดับมาจำแนกตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำค่าเฉลี่ยการรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายการกระจายอำนาจไปทดสอบสมมติฐานว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรมีผลต่อระดับการรับรู้ของนโยบายการกระจายอำนาจหรือไม่ การวิเคราะห์ใช้ ANOVA ในการทดสอบว่าค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรที่นำมาเปรียบเทียบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยตั้งสมมติฐานว่าปัจจัยด้านประชากรมีระดับการรับรู้ของนโยบายการกระจายอำนาจไม่แตกต่างผลการทดสอบดังนี้ เพศ และรายได้ มีผลต่อระดับการรับรู้นโยบายการกระจายอำนาจไม่แตกต่างกัน ส่วน อายุ การศึกษา และอาชีพ มีผลต่อระดับการรับรู้นโยบายการกระจายอำนาจแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบ ANOVA ของลักษณะประชากร

ลักษณะประชากร	SS (Sum of Squares)	MS (Mean Square)	F (F-ratio)	P-value
เพศ	0.01369	0.01369	0.5987	0.4613
อายุ	16.8165	1.6817	15.3126	2.6879E-11
การศึกษา	12.9393	2.5879	15.7013	6.83E-07
อาชีพ	3.6084	0.3608	2.9237	0.0068
รายได้	1.1277	0.1611	1.2801	0.2913

ระดับของการรับรู้เรื่องนโยบายการกระจายอำนาจผ่านช่องทางการรับรู้ที่เป็นสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Twitter, YouTube สื่อกิจกรรม ได้แก่ การปราศรัย การลงพื้นที่ เวทีดีเบต และสื่อที่เป็นบุคคลอย่างหัวหน้าพรรคการเมือง ผลการศึกษาดังกล่าวนี้นี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกลมีการเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย และผู้รับสารเองก็มีการเลือกรับสารในช่องทางต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน โดยผสมทั้งสื่อดั้งเดิม สื่อออนไลน์ สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล เนื่องจากช่องทางการสื่อสารมีผลต่อระดับการรับรู้ของนโยบายการกระจายอำนาจแตกต่างกัน

4. เสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายของพรรคก้าวไกล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า แนวทางการพัฒนาใน 3 มิติได้แก่ มิติที่ 1 ด้านเนื้อหา นโยบาย เนื้อหา นโยบายมีแนวทางในการพัฒนาดังนี้ 1) การออกแบบเนื้อหาให้มีความเข้าใจง่าย เนื่องจากกลุ่มผู้รับสารมีความหลากหลาย ระดับความเข้าใจในเนื้อหาจะมีความแตกต่างกัน จึงต้องมีการย่อเนื้อหาให้สั้น กระชับ ใช้เวลาในการสื่อสารช่วงสั้น ๆ ได้ 2) เน้นจุดแข็งของนโยบาย การออกแบบเนื้อหาจะต้องสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่า นโยบายนี้มีจุดแข็งหรือมีประโยชน์ต่อประชาชนอย่างไร เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ 3) ปรับเนื้อหาตามสถานการณ์ เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ผู้รับสารสามารถตอบสนองกับสื่อได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์ติดตามทิศทางของสื่อที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความคาดหวังของประชาชน มิติที่ 2 ช่องทางสื่อสาร แยกการใช้สื่อเป็นกลุ่ม “On Ground” (เวทีปราศรัย - ลงพื้นที่) และ “On Air” (Facebook, TikTok) พัฒนาเนื้อหาใน TikTok



และ Line OA ให้กลายเป็น Storytelling ที่เข้าใจง่ายและมีอารมณ์ร่วม 3) ด้านการประเมินผลรับรู้ของประชาชน ใช้กลุ่มหัวคะแนนธรรมชาติและ Engagement บนแพลตฟอร์มโซเชียลเป็นดัชนีชี้วัดติดตามความสนใจแต่ละนโยบายและนำมาปรับเนื้อหา มิติที่ 3 การใช้สื่อในการนำเสนอ นโยบาย การสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกลมีรูปแบบการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ On Ground และ On Air 1) การสื่อสารแบบ On Ground เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับนโยบายกับประชาชนโดยตรง การจัดเวทีเสวนากับข้าราชการท้องถิ่น นายกท้องถิ่น การสื่อสารในรูปแบบนี้ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรประจำเขตพื้นที่จะต้องเป็นผู้สื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจเหล่านี้ให้กับประชาชนในพื้นที่ และต้องมีการรับฟังปัญหาของท้องถิ่นควบคู่กันไปด้วย ซึ่งถือว่าเป็นข้อดีเนื่องจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจะมีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ดังนั้นการสื่อสารพูดคุยสามารถทำได้ง่าย และสามารถยกตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับท้องถิ่นนั้น ทำให้ประชาชนสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น รวมถึงสามารถเก็บข้อมูลที่ประชาชนในพื้นที่ต้องการมาออกแบบนโยบายการกระจายอำนาจเมื่อได้รับการเลือกตั้ง หรือสามารถใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบนโยบายสำหรับการเลือกตั้งในครั้งถัดไป ดังนั้น ก่อนที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจะไปสื่อสารกับประชาชนได้ พรรคต้องมีการสื่อสารกับสมาชิกของพรรคเพื่อให้สามารถเป็นผู้ถ่ายทอดสื่อสารไปยังประชาชนทั่วไปให้เข้าใจได้ 2) การสื่อสารแบบ On Air ตัวอย่างเช่น Facebook, TikTok, Twitter (X) สื่อลักษณะนี้จะต้องมีการเคลื่อนไหวของข้อมูลตลอดเวลา และเป็นช่องทางที่สามารถตอบโต้ได้กับผู้รับสาร โดยสามารถประเมินผลของการสื่อสารได้จากยอดการเข้าชม ยอดการกดถูกใจ รวมถึงยอดการพูดคุยใน Platform การพัฒนาช่องทางการสื่อสารนี้จะต้องใช้ Admin ในการดูแลเนื้อหาสำหรับการโพสต์บนสื่อ Social media เพราะฉะนั้นสื่อในรูปแบบ On Air ต้องมีการ Update ข้อมูลตลอดเวลา โดยกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะเหมาะกับการสื่อสารนี้ คือ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน

การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบาย การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสาร (พรรคการเมือง) กับผู้รับสาร (ประชาชน) เป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดการรับรู้ของประชาชน พรรคต้องมีการวางระบบการสื่อสารที่ดี ตั้งแต่การเลือกผู้ส่งสาร การออกแบบเนื้อหา ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงผู้รับสารแต่ละกลุ่ม รวมทั้งต้องมีการติดตามประเมินการรับรู้ของประชาชนหรือผู้รับสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของประชาชน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยเป็นการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสังเคราะห์องค์ความรู้จากผลการศึกษาที่สามารถต่อยอดเป็นรูปแบบโมเดลการสื่อสารทางการเมืองที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย แบ่งออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื้อหานโยบายการกระจายอำนาจของพรรคก้าวไกล พรรคก้าวไกลให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจผ่าน 4 มิติหลัก ได้แก่ งาน เงิน คน และผู้ว่าเลือกตั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของการกระจายอำนาจในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเยอรมนี ซึ่งมีระบบการบริหารท้องถิ่นที่มีความเป็นอิสระมาก ส่งผลให้ท้องถิ่นสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ประเทศไทยยังมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะในเรื่องของงบประมาณและอำนาจการตัดสินใจของท้องถิ่น ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานของ Ostrom, E. ซึ่งกล่าวถึงแนวคิดของ “การบริหารร่วม” หรือ Co-Governance ที่เน้นให้ประชาชนและภาครัฐร่วมกันบริหารทรัพยากร การให้บริการสาธารณะ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นแนวทางที่หลายประเทศนำมาใช้ในการกระจายอำนาจเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะเห็นได้ว่าหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย มักเผชิญปัญหาการพัฒนาแบบไม่ทั่วถึง เช่น ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ หรือจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้รับงบประมาณและโอกาสในการพัฒนาน้อยกว่าศูนย์กลาง ฉะนั้นการให้อำนาจในการวางแผน

พัฒนาท้องถิ่น เช่น แผนพัฒนาเทศบาลอาจช่วยสร้างความเป็นธรรมมากขึ้นในระดับพื้นที่ โดยประชาชนมีสิทธิร่วมกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของตน (Ostrom, E., 1990) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Oates, W. E. ที่เสนอว่าการกระจายอำนาจจะช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อท้องถิ่นมีอำนาจบริหารเอง (Oates, W. E., 1972)

2. การใช้สื่อในการนำเสนอนโยบายการกระจายอำนาจ สามารถสรุปแบบผสมผสานระหว่างข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณได้ว่า การเลือกใช้สื่อในการสื่อสารนโยบายต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงอายุ และระดับการศึกษา ซึ่งมีแนวโน้มเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่น (18 - 22 ปี) และกลุ่มวัยทำงาน (28 - 32 ปี) นิยมใช้ Facebook, TikTok และ YouTube เป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข้อมูล ซึ่งเป็นพฤติกรรมการบริโภคสื่อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นตามทฤษฎี Network Society ของ Castells, M. ในขณะที่กลุ่มผู้มีอายุ 43 - 47 ปี มีแนวโน้มใช้สื่อดั้งเดิมมากกว่า โดยนิยมรับรู้ข้อมูลจากโทรทัศน์และป้ายหาเสียง ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ โทรทัศน์ เวทีปราศรัย และแผ่นพับเป็นหลัก (Castells, M., 2000) อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ซึ่งพบว่า แม้ปัจจุบันสื่อออนไลน์จะได้รับความนิยม แต่สื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ และป้ายหาเสียง ยังคงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มที่ไม่ได้เปิดรับสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท นอกจากนี้ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารของพรรคก้าวไกล ยังสนับสนุนแนวคิดนี้ โดยพรรคเลือกใช้สื่อที่หลากหลายทั้ง On Ground และ On Air เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2563) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่สนับสนุนการใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสาน เช่น ธนัตถ์พันธ์ อธิธิพันธ์นอก เปรียบเทียบแนวทางการหาเสียงของพรรคพลังประชารัฐและพรรคอนาคตใหม่ พบว่า ทั้ง 2 พรรคมีการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมือนกัน คือ มีการลงพื้นที่ การปราศรัย การใช้สื่อสังคมออนไลน์ แบบผสมผสานกัน แตกต่างกันเพียงสัดส่วนการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกัน เช่น พรรคอนาคตใหม่ให้ความสำคัญกับการหาเสียงรูปแบบออนไลน์มากกว่าพรรคพลังประชารัฐ (ธนัตถ์พันธ์ อธิธิพันธ์นอก, 2563) งานศึกษาของ ปริญญญา เจริญถ่องแท้ และผกาภาวดี สุพรรณจิตวนา มีผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป คือ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารกับการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกผู้แทนราษฎร จังหวัดจันทบุรี พบว่า รูปแบบของสื่อและช่องทางการรับสื่อที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกผู้แทนราษฎรไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ส่งสารที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ต่างกัน (ปริญญญา เจริญถ่องแท้ และผกาภาวดี สุพรรณจิตวนา, 2567)

3. การรับรู้ของประชาชนต่อนโยบายการกระจายอำนาจ พบว่า ระดับการรับรู้ต่อนโยบายการกระจายอำนาจยังอยู่ในระดับที่ยังไม่ลึกซึ้งหรือเข้าใจนโยบายอย่างแท้จริง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ คือ อายุ การศึกษา และอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Information Processing ของ McGuire, W. J. ที่กล่าวว่าลักษณะเฉพาะของผู้รับสาร เช่น ประสบการณ์เดิม ความรู้ การศึกษา และความสนใจส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการรับรู้และการจดจำข้อมูล ซึ่งในบริบทนี้คือ นโยบายการกระจายอำนาจ (McGuire, W. J., 1985) นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับ SMCR Model ของ Berlo, D. K. ที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ส่งสาร เนื้อหา ช่องทาง และผู้รับสาร ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ สื่อที่มีเนื้อหาชัดเจน กระชับ และตรงกับประสบการณ์ของประชาชน เช่น Facebook หรือวิดีโอสั้น มีแนวโน้มเพิ่มการรับรู้ได้ดีกว่าสื่อทางการ เช่น เอกสารราชการ (Berlo, D. K., 1960)

4. แนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจ ได้แก่ 1) การออกแบบเนื้อหาให้เข้าใจง่าย (Content design) ตามระดับความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร สื่อสารเล่าเรื่องให้เข้าใจง่ายจะทำให้บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร รวมถึงการใช้ภาษา การถ่ายทอดให้สั้น กระชับ เน้นจุดแข็งของนโยบาย รวมไปถึงผลกระทบด้านบวกที่จะเกิดขึ้นกับประชาชน นอกจากนี้กระปรเมนการรับรู้เพื่อรับเนื้อหาให้ตอบสนองกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแนวทางนี้มีผลการศึกษาที่สนับสนุน คือ (McGuire, W. J., 1985)



ที่เห็นว่าผู้รับสารหรือผู้ฟังที่ได้รับข้อมูลผ่านข้อความจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกิดแรงจูงใจได้ รวมถึงปริมาณของข้อความ หรือแม้แต่การโต้ตอบกับเนื้อหาข้อความ ก็ล้วนเป็นสิ่งที่กระตุ้นความสนใจของผู้รับสาร 2) การเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Channel strategy) โดยเน้นไปที่การพัฒนาการสื่อสารแบบ On Air เช่น Facebook, TikTok, X/Twitter ตามการศึกษาของ Ndavula, J. O. & Mueni, J. ได้วิเคราะห์ถึงเครื่องมือโซเชียลมีเดีย (Facebook, Twitter/X) เป็นสื่อที่เปิดโอกาสใหม่ ๆ ให้กับนักการเมืองในการมีส่วนร่วมกับประชาชน รวมถึงให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการตอบโต้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ทำให้เกิดพลังแห่งการสื่อสารที่ใกล้ชิดกันมากขึ้น และจะนำไปสู่ความสำเร็จทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับบริบทการใช้สื่อ On Air ของพรรคก้าวไกล คือ การที่สื่อสารได้เปลี่ยนให้ประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสารสามารถมีบทบาทในการผลิตสารหรือการตอบโต้ ตั้งคำถาม และแสดงความคิดเห็น ถือว่าเป็นการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการทางสังคมและการเมืองมากขึ้น (Ndavula, J. O. & Mueni, J., 2014)

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอรูปแบบโมเดลการสื่อสารนโยบายการกระจายอำนาจของพรรคการเมืองในบริบทไทย คือ “4C Model of political communication for decentralization” ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 1) Content เนื้อหานโยบายที่ย่อยง่าย สื่อสารอย่างตรงประเด็น และสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ 2) Channel ช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และกิจกรรมภาคสนาม เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม 3) Credibility ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เช่น หัวหน้าพรรค แกนนำ หรือผู้แทนในพื้นที่ ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่น 4) Community Feedback กลไกตอบรับจากประชาชน ผ่าน Engagement, Poll หรือเวทีรับฟังความคิดเห็น เพื่อปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการ โมเดลนี้มีความโดดเด่นในการออกแบบให้พรรคการเมืองสามารถเชื่อมโยงเนื้อหา นโยบายกับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการรับรู้ ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนา นโยบายที่ตอบโจทย์ประชาชนในระดับพื้นที่อย่างแท้จริง

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษา ได้แก่ 1) ความสอดคล้องของเนื้อหา นโยบายกับความต้องการของประชาชนในระดับพื้นที่ มุ่งลดการรวมศูนย์และเพิ่มบทบาทท้องถิ่นในการให้บริการสาธารณะ โดยยึดหลัก Negative List ให้ท้องถิ่นทำได้ทุกอย่างยกเว้นที่ห้ามชัดเจน เสนอการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่น 2) การเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงานควรสร้างสื่อในรูปแบบ Storytelling ที่เข้าใจง่าย รวมถึงการใช้ TikTok และ Line OA ให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร สำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ไม่ได้ติดตามการเมืองอย่างใกล้ชิด 3) การรับรู้ของประชาชน บทบาทของพรรคการเมืองในการสร้างพื้นที่การมีส่วนร่วมผ่านกระบวนการสื่อสาร ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า แม้ประชาชนจำนวนมากจะมีความคาดหวังต่อนโยบายการกระจายอำนาจในระดับสูง แต่ระดับการรับรู้ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการพัฒนาเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารให้ชัดเจน เข้าถึงง่าย และต่อเนื่องยิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นได้แก่ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การปฏิรูปกฎหมายเพื่อเปลี่ยนระบบราชการจาก Positive List ไปสู่ Negative List จะช่วยให้ท้องถิ่นมีอิสระและความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยควรจัดทำ “บัญชีข้อห้าม” ที่ชัดเจนและมีกลไกกำกับดูแลเพื่อลดความซ้ำซ้อนกับส่วนกลาง ควบคู่กับการกระจายงบประมาณอย่างเป็นรูปธรรม โดยเพิ่มสัดส่วนงบรายจ่ายท้องถิ่นและโอนงบฟากให้ท้องถิ่นบริหารจัดการเอง อีกทั้งควรกำหนดหลักเกณฑ์บุคลากรที่ยืดหยุ่น ให้สถานะข้าราชการท้องถิ่นเทียบเท่าพลเรือน และผลักดันการเลือกตั้งผู้บริหารระดับจังหวัดเพื่อเพิ่มความรับผิดชอบต่อประชาชน 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ด้านการสื่อสาร พรรคการเมืองควรพัฒนาเนื้อหาที่กระชับ เข้าใจง่ายและใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และดั้งเดิม โดยปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย เช่น คลิปสั้น อินโฟกราฟิก หรือ Storytelling ผ่านสื่อ

สังคมออนไลน์ ควบคู่กับภัยความเสี่ยงโทรทัศน์ และการลงพื้นที่ นอกจากนี้ควรอบรมบุคลากรให้สื่อสารนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างปฏิสัมพันธ์กับประชาชนผ่านสื่อดิจิทัล ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ และมีระบบติดตามประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มและสร้างความเชื่อมั่นต่อพรรคการเมือง

เอกสารอ้างอิง

- ธนต์พัทธ์ อิทธิพัทธ์อเนก. (2563). การศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการหาเสียงของพรรคพลังประชารัฐและพรรคอนาคตใหม่ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 เขตเลือกตั้งที่ 3 จังหวัดจันทบุรี. ใน วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริญญา เจริญถ่องแท้ และผกาวิ สุพรรณจิตวนา. (2567). การสื่อสารกับการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดจันทบุรี. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2567 จาก <https://url.in.th/MYPBG>
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2563). ทฤษฎีการสื่อสาร: แนวคิดและพัฒนาการทางความคิดทางด้านการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Berlo, D. K. (1960). The process of communication: An introduction to theory and practice. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Castells, M. (2000). The rise of the network society. Oxford, United Kingdom: Wiley-Blackwell.
- McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey & E. Aronson. New York: Random House.
- McNair, B. (1995). An introduction to political communication. London: Routledge.
- Ndavula, J. O. & Mueni, J. (2014). New media and political marketing in Kenya: The case of 2013 general elections. International Journal of Arts and Commerce, 3(6), 69-84.
- Oates, W. E. (1972). Fiscal federalism. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Ostrom, E. (1990). Governing the commons: The evolution of institutions for collective action. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Yamane, T. (1973). Statistics: An introductory analysis. New York: Harper & Row.