

การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568*

COMMUNICATION IN LOCAL DEVELOPMENT POLICIES FOR CHIEF EXECUTIVE OF PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION AND COUNCIL MEMBERS ELECTION CAMPAIGN BY PALANG PHATTHALUNG TEAM, 2025

เอกกร มีสุข

Akkorn Meesuk

สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยชุมชนสงขลา สงขลา ประเทศไทย

Program in Local Government, Songkhla Community College, Songkhla, Thailand

Corresponding author E-mail: jaroen81@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การออกแบบนโยบาย 2) การจัดการการสื่อสาร และ 3) การพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 โดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบมีเกณฑ์ คือ แบบเจาะจงพิจารณาถึงคุณสมบัติที่สามารถแสวงหาคำตอบในงานวิจัยในครั้งนี้ รวมจำนวน 30 คน เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุป ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบนโยบายประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการควบคุมข้อมูลเชิงประจักษ์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายที่ครอบคลุมพื้นที่ การมีตัวชี้วัดถึงความเป็นไปได้อย่างชัดเจน การเลือกนโยบายที่คำนึงถึงความเร่งด่วน ความคุ้มค่า และการร่วมสร้างการยอมรับของประชาชน การประเมินผลและการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และการปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทท้องถิ่น 2) การจัดการการสื่อสาร ประกอบด้วย การวางแผนสารและช่องทางสื่อสารด้วยสื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ กระบวนการเตรียมสาร การดำเนินงาน การควบคุมคุณภาพและการปรับปรุง การรับฟังประชาชนเพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาและช่องทางสื่อสารอย่างต่อเนื่อง การติดตามและประเมินผลเชิงปริมาณและคุณภาพในประเด็นความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุน และ 3) การพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบาย ประกอบด้วย การครอบคลุมความต้องการเชิงพื้นที่ วัตถุประสงค์และตัวชี้วัดที่ชัดเจน การเลือกนโยบายไปปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วมของประชาชนและแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน การสื่อสารนโยบายผสมผสานสื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ และสื่ออื่น ๆ การเน้นข้อความหลักที่คงเส้นคงวา การควบคุมคุณภาพสื่อและประเมินผลความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุน

คำสำคัญ: การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น, การหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด, ทีมพลังพัทลุง

Abstract

This research aimed to study: 1) Policy design, 2) Communication management, and 3) The development of communication strategies for local development policies in the context of

*Received September 1, 2025; Revised September 29, 2025; Accepted October 6, 2025

the 2025 election campaign for the Chief Executive and Members of the Provincial Administrative Organization Council of Phatthalung Province by the "Phatthalung Power" team. A qualitative research approach was employed using in-depth interviews with 30 purposively selected key informants based on specific criteria that ensured their relevance in providing insights for the study. The research instrument was an in-depth interview guide, and data were analyzed through of thematic analysis. The findings revealed that: 1) Policy Design consisted of problem and needs analysis in conjunction with evidence-based data to define policy objectives that comprehensively cover the area, establishing clear feasibility indicators, selecting policies based on urgency, cost-effectiveness, and fostering public acceptance, conducting impact analysis and evaluation, and adjusting policies to align with local needs and contexts. 2) Communication Management included planning messages and communication channels through interpersonal media, traditional media, and new media; preparing communication content; implementing and monitoring quality control and adjustments; incorporating public feedback to improve content and channels continuously; and evaluating both quantitative and qualitative aspects regarding understanding, trust, and support. 3) Development of Policy Communication Guidelines involved addressing area-specific needs, setting clear objectives and measurable indicators, selecting and implementing policies with public participation and clear action plans, integrating various media channels (interpersonal, traditional, digital, and others), emphasizing consistent key messages, maintaining media quality control, and evaluating understanding, trust, and support.

Keywords: Communication of Local Development Policies, Chief Executive of Provincial Administrative Organization Election Campaign, Palang Phatthalung Team

บทนำ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญของการเมืองในระบบประชาธิปไตย ซึ่งมีบทบาทในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางการเมืองที่ดีแก่ประชาชนเพื่อจะนำไปสู่การปฏิบัติ และการเข้าถึงทรัพยากรและการเพิ่มโอกาสสร้างความเท่าเทียมมากยิ่งขึ้น (สุพรรณ ภัทรมะวารกุล และคณะ, 2566) การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จภายใต้บทบาท อำนาจ และหน้าที่เพื่อสร้างการยอมรับและสร้างความไว้วางใจ ฉะนั้นผู้นำทางการเมืองจะต้องมุ่งเน้นการสื่อสารความไปถึงผู้รับสารให้มีความชัดเจน และมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้นำและประชาชน (สิงห์ สิงห์ขจร, 2560) การพัฒนาการเมืองประชาชนสามารถแสดงออกถึงความคิดเห็น ความต้องการ และข้อเรียกร้องต่อตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ในรูปแบบนโยบาย กล่าวคือ ผู้บริหารท้องถิ่นหรือสมาชิกสภาที่มาจากประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นผู้ที่มีสิทธิ์เลือกตั้งโดยตรงของประชาชนผ่านกระบวนการเลือกตั้ง (พระสิริรัตนเมธี และคณะ, 2564) การเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครการเลือกตั้งมีการปรับตัวด้านคุณลักษณะของผู้สมัคร เพื่อตอบสนองความคาดหวังในฐานะตัวแทนของประชาชน และในขณะเดียวกันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นปัจจัยสำคัญของการหาเสียงเลือกตั้ง คือ การนำเสนอนโยบายต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารเพื่อหาผู้สนับสนุน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้มีสิทธิในการเลือกตั้งมาลงคะแนนเสียงให้ตนมากที่สุด (นิรัตน์ เพชรรัตน์ และคณะ, 2564)

การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาจังหวัดทุกมิติ ซึ่งผู้สมัครเลือกตั้งและผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ทางตรงในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองตามทฤษฎีการณรงค์



หาเสียง โดยผู้สมัครจะต้องออกแบบนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการและการแก้ปัญหาของประชาชนในพื้นที่ให้สร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นในการโน้มน้าวใจผู้มีสิทธิเลือกตั้งเพื่อให้การสนับสนุน (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568ค) การจัดการการสื่อสารทางการเมืองมีปัจจัยเกี่ยวข้อง ได้แก่ การวางแผนการจัดองค์กร การจัดการ บุคลากร การสื่อสาร และการควบคุมที่ส่งผลต่อการไหลของข้อมูลข่าวสารทางสังคมและทางการเมือง (กฤติกา รุจิโชค, 2561) การจัดการสารเป็นการวางแผนการสื่อสาร ความต่อเนื่อง และการควบคุมสารตอบโต้จากฝ่ายตรงข้าม ซึ่งถือเป็นกระบวนการทำหน้าที่เพื่อเป็นการถ่ายทอดนโยบาย อุดมการณ์ และตัวตนของผู้สมัครไปสู่สายตาประชาชนให้เกิดความน่าเชื่อถือ ความจดจำ และความไว้วางใจในการเลือกตั้ง (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568ก)

ทีมพลังพลัง นำโดย นายวิสุทธิ ธรรมเพชร หรือนายกพร เปิดตัวลงรับเลือกตั้งนายก อบจ.พัทลุง พร้อมเปิดศูนย์ประสานงานเลือกตั้งของทีมหลังครองแชมป์นายกมาหลายสมัย กล่าวว่า วาระการดำรงตำแหน่งนายก อบจ.จะครบวาระในวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2567 จึงจำเป็นต้องเตรียมการเลือกตั้งและเปิดศูนย์ประสานงานเลือกตั้งของทีมพลังพลัง โดยมีคณะผู้บริหาร ที่ปรึกษาและผู้สมัครร่วมกิจกรรมอย่างพร้อมเพรียงดูเหมือนว่าทีมที่พร้อมที่สุดจะเป็นทีมพลังพลัง (ผู้จัดการออนไลน์, 2567ข) และเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 ผลจากการนับคะแนนโดยรวมทั้ง 11 อำเภอ นายวิสุทธิ ธรรมเพชร ผู้สมัครนายก เบอร์ 3 ทีมพลังพลัง ได้รับคะแนนนำทุกหน่วย พร้อมทั้งได้สมาชิกสภา อบจ. รวมทั้งสิ้น 22 คน จาก 30 เขต โดย นายวิสุทธิ ธรรมเพชร ว่าที่นายก อบจ.พัทลุงสมัยที่ 3 กล่าวขอบคุณชาวพัทลุงที่ได้ลงคะแนนให้พร้อมทำหน้าที่ดูแลประชาชนต่อไปอีก 1 สมัย พร้อมบอกจะสานต่อนโยบาย 9 ดี ของทีมพลังพลังที่เคยหาเสียงเอาไว้ พร้อมทั้งสานต่องานโครงสร้างสาธารณสุขพื้นฐาน ด้านสุขภาพประชาชน และด้านการศึกษา (ผู้จัดการออนไลน์, 2567ก) สรุปได้ว่า ทีมพลังพลังเป็นกลุ่มการเมืองท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญกับคนพัทลุงต่อการตัดสินใจลงคะแนนในการเลือกตั้ง อบจ.พัทลุง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าทีมพลังพลังมีความพร้อมที่แข่งขันเลือกตั้ง โดยใช้การรณรงค์หาเสียงนำเสนอโน้มน้าวไปสู่คนพัทลุงที่มีสิทธิเลือกตั้งด้วยช่องทางการสื่อสารที่สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และยอมรับในนโยบายจนก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและศรัทธานำมาซึ่งการได้รับชัยชนะการเลือกตั้งในครั้งนี้

การสื่อสารนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งมีความสำคัญต่อการรับรู้และต่อยอดถึง วิสัยทัศน์ การพัฒนาท้องถิ่น และความน่าเชื่อถือของทีมผู้สมัครหรือตัวผู้สมัคร เนื่องจากนโยบายหลักสำคัญที่มีบทบาทแสดงถึงการตอบสนองความต้องการ และข้อเรียกร้องต่าง ๆ ของประชาชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับ 1) การออกแบบนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหรือหัวใจหลักที่เป็นตัวแทนของผู้สมัคร โดยอาศัยทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell, H. D. ที่เรียกว่า แบบจำลองการสื่อสารของ Lasswell, H. D. ซึ่งเป็นการนำคำถาม 3 ข้อโดยมีหลักการ คือ สื่อสารกับใคร (To Whom) เน้นที่การระบุกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารให้ชัดเจน เรื่องอะไร (Says What) เน้นที่เนื้อหาของสารหรือนโยบายที่ต้องการสื่อออกไป เกิดผลอย่างไร (With What Effect) เน้นที่ผลลัพธ์ที่คาดหวัง เช่น การรับรู้ ความเข้าใจ การยอมรับ หรือการลงคะแนนเสียง (Lasswell, H. D., 1948) 2) การจัดการการสื่อสารนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรและงบประมาณสูงภายใต้กฎหมายการหาเสียงเลือกตั้งเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารและนโยบายต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จากแนวคิดการรณรงค์หาเสียง (Campaign Theory) ของ วิทยากร ท่อแก้ว ได้อธิบายถึงกระบวนการและกลยุทธ์ที่ผู้สมัครใช้เพื่อสื่อสารและโน้มน้าวใจผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ประกอบด้วย การวางแผนและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน การสร้างการรับรู้ การสร้างสารและการสื่อสารที่สอดคล้องกับนโยบาย การนำเสนอส่งออกไปผ่านช่องทางการสื่อสาร การประสานงานสื่อทุกรูปแบบ การเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การประเมินผล และการปรับปรุงผลกระทบที่เกิดขึ้นและการพัฒนาต่อไป (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568ค) โดยการเลือกตั้งครั้งล่าสุดของจังหวัดพัทลุง ปี 2568 ทีมพลังพลังภายใต้การนำของนายวิสุทธิ ธรรมเพชร ได้รับชัยชนะจากการเลือกตั้งอย่างท่วมท้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการสื่อสารนโยบาย อย่างไรก็ตามการสื่อสารนโยบายมีปัจจัยต้องเผชิญกับความท้าทาย

หลายประการ เช่น การนำเสนอนโยบายที่สามารถตอบโจทย์การแก้ปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน การใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมส่งผลทำให้เข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือเนื้อหาการนำเสนอที่ซับซ้อนเกินไปทำให้ประชาชนเข้าใจได้ยาก การสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพส่งผลให้ประชาชนไม่เชื่อมั่นในตัวผู้สมัครและนโยบาย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเจาะลึกศึกษาว่า ทีมพลังพหุลักษณ์มีการสื่อสารนโยบายอย่างไรจึงประสบความสำเร็จ โดยมุ่งเน้นไปที่การออกแบบนโยบายและการจัดการการสื่อสารนโยบายที่สามารถเอาชนะความท้าทายจนนำไปสู่การชนะการเลือกตั้งในครั้งนี้ได้ ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งความสนใจที่จะแสวงหาองค์ความรู้เพื่อถอดบทเรียนเกี่ยวกับการออกแบบนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง การจัดการการสื่อสารนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง การพัฒนาการจัดการการสื่อสารนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารนโยบายในการเลือกตั้งท้องถิ่นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ ปี 2568
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ ปี 2568
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ ปี 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ ปี 2568 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบมีเกณฑ์ (Criterion Sampling) คือ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากจำนวนประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ จำนวน 415,476 คน พิจารณาถึงคุณสมบัติที่สามารถแสวงหาคำตอบในงานวิจัยในครั้งนี้ (Creswell, J. W., 2012) ในครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ผู้สมัครนายก อบจ.พหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ จำนวน 1 คน 2) ที่ปรึกษาและวางแผนการสื่อสารของทีมงานพหุลักษณ์ จำนวน 1 คน 3) ผู้ช่วยหาเสียงเลือกตั้ง จำนวน 3 เขต ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 15 คน และ 4) ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร จำนวน 10 คน และ 5) ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ มี 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้สมัครนายก อบจ.พหุลักษณ์ของทีมงานพหุลักษณ์ ที่ปรึกษาและวางแผนการสื่อสารของทีมงานพหุลักษณ์ ผู้ช่วยหาเสียงเลือกตั้ง และผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร และชุดที่ 2 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามบัญชีรายชื่อ ขั้นตอนติดต่อประสานงานส่งหนังสือด้วยตนเองไปยังผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่ม 1 - 5 เพื่อขอเข้าไปสัมภาษณ์พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ และผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานการนัดหมายวันและเวลาการเข้าขอสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้ง



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการสร้างข้อสรุป โดยการจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลมาลดทอน จัดระเบียบ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อสร้างเป็นข้อสรุปข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาการออกแบบนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวางแผนกระบวนการออกแบบนโยบาย พบว่า 1) การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการเพื่อการออกแบบนโยบาย มีการเปิดศูนย์ประสานงานการเลือกตั้ง การลงพื้นที่ด้วยตัวแทน ข้อมูลจากทีมผู้สมัครและผู้นำชุมชน การสำรวจข้อมูลเขตพื้นที่ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพเชิงลึกถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาและความรู้สึกของคนพัทลุง และการใช้ข้อมูลจากรายงานการวิจัย สถิติภาครัฐ ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดพัทลุง 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการออกแบบนโยบาย การกำหนดวัตถุประสงค์นโยบายที่สร้างเมืองทันสมัยครอบคลุมคุณภาพชีวิตที่ดีของคนพัทลุง การวิเคราะห์นโยบายโดยลำดับความสำคัญเร่งด่วน ต่อเนื่อง และความต้องการนโยบายใหม่ ๆ และการกำหนดตัวชี้วัด และ 3) การเลือกนโยบายและการตัดสินใจ โดยยึดหลักความสำคัญเร่งด่วนกับการแก้ปัญหาความทุกข์ร้อนเป็นอันดับแรก การครอบคลุมพื้นที่ ยึดหลักความเป็นไปได้ และการเป็นที่ยอมรับของนโยบาย

2. การดำเนินการออกแบบนโยบาย พบว่า 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ มีการตรวจสอบเพื่อยืนยันนโยบาย การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ภายใต้อำนาจและหน้าที่ของ อบท. 2) การเลือกนโยบาย การมีนโยบายหลักและนโยบายทางเลือก การมีเกณฑ์กำหนดประเมินความคุ้มค่าและการยอมรับ และการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในนโยบาย 3) การนำนโยบายไปปฏิบัติ มีการคำนึงบทบาทและหน้าที่ของ อบท. การทบทวนผลกระทบของนโยบายและความคาดหวัง และการสร้างแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน และ 4) การประเมินผลการออกแบบนโยบาย การประเมินการตอบรับจากข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การประเมินผลจากหน่วยงานภายนอกที่มีเป็นกลาง และการประเมินผลกระทบที่ไม่คาดคิดจากการโจมตีจากทีมคู่แข่งในการเลือกตั้ง

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวางแผนการจัดการการสื่อสาร พบว่า 1) การวางแผนการสื่อสาร การวางแผนนโยบายก่อนวันรับสมัครล่วงหน้า 180 วัน การนำเสนอสื่อออนไลน์เพื่อแถลงวันลงสมัคร การมีแผนการเผยแพร่ในนโยบายในรูปแบบสื่อการสร้างเครือข่าย ผู้สนับสนุน และผู้ช่วยหาเสียงล่วงหน้าระยะ 1 ปี 2) การออกแบบสาร มีการว่าจ้างที่ปรึกษาเพื่อออกแบบสื่อและการผลิตนโยบาย การว่าจ้างการผลิตสื่อต่าง ๆ จากมืออาชีพภายนอก การว่าจ้างที่ปรึกษาการสื่อสารการหาเสียงเลือกตั้งและการโต้ตอบทางการเมือง 3) การเลือกช่องทางการสื่อสารและการวางกลยุทธ์ มีการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารโดยยึดหลักผู้รับสาร การกำหนดวิธีการสื่อสารและกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ การเลือกช่องทางการสื่อสาร 3 ช่องทาง ได้แก่ สื่อบุคคล คือ การเลือกตั้งใช้คนเป็นสื่อกลาง ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างผู้สมัครหรือทีมงานกับผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง เช่น ผู้ช่วยหาเสียง หัวคะแนนหรือแกนนำชุมชนถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างความใกล้ชิด ความน่าเชื่อถือ และความสัมพันธ์ส่วนตัว สื่อดั้งเดิม คือ สื่อที่เน้นการสื่อสารแบบทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในวงกว้าง เช่น ใบปลิว ป้ายโฆษณา การปราศรัย การโฆษณาหาเสียง ซึ่งเน้นเข้าถึงผู้คนในวงกว้างได้ดี โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและประชากรในพื้นที่ห่างไกล และ

สื่อใหม่ คือ สื่อที่อาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ทำให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง โดยเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารไปพร้อมกันและโต้ตอบได้แบบเรียลไทม์ เช่น สื่อ "เครือข่ายสังคม" (Social Network) สื่อสังคม หรือโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ยูทูบ ดิกด็อกซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่อิงตามความสนใจของผู้ใช้ เป็นต้น การวิเคราะห์ช่องทางสื่อกับกลุ่มเป้าหมายจากสถิติการเลือกตั้งที่ผ่านมา และการนำข้อมูลใหม่ในการวางแผนในการวางกลยุทธ์ และ 4) การประเมินผลการวางแผนการสื่อสาร มีการประเมินผลโดยทีมคณะทำงานด้านการสื่อสาร การศึกษาความเป็นไปได้ของแผนก่อนดำเนินการ การตรวจสอบความถูกต้องโดยยึดหลักกฎหมายการเลือกตั้ง การประเมินการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสาร

2. การดำเนินการสื่อสาร พบว่า 1) การเตรียมการสื่อสาร มีการจัดเตรียมสารนโยบาย 4 รูปแบบ คือ ข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียง การวางแผนวิธีการส่งสาร คือ สื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ การวางแผนกิจกรรมสื่อสาร คือ กิจกรรมการปราศรัยและการรณรงค์หาเสียงในระยะตลอดการหาเสียงเลือกตั้ง 2) วิธีการดำเนินการส่งสาร มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ได้เตรียมไว้ การควบคุมแผนการสื่อสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การใช้สื่อบุคคลเป็นหลักเพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกระจายลงลึกถึงระดับครัวเรือน และสื่อดั้งเดิม ได้แก่ ประเภทโปสเตอร์ ป้ายหาเสียง และรถแห่ การใช้สื่อใหม่เป็นหลักกับกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และการปราศรัยในจุดสำคัญ 3) การรับสารและการตีความ มีคณะทำงานในการรับข้อเสนอแนะและชี้แจงข้อเท็จจริง การอบรมเครือข่ายผู้ช่วยหาเสียงเลือกตั้ง มีคณะทำงานการตอบโต้ข่าวด้านนโยบายและการหาเสียงเลือกตั้ง และ 4) การปรับปรุงการสื่อสาร มีคณะทำงานการประเมินผล การสื่อสารและการปรับปรุงการสื่อสารเพื่อเข้ากับสถานการณ์ทันด่วน

3. การควบคุมการสื่อสาร พบว่า มีการวางแผนการกำกับดูแลผู้ส่งสาร สื่อ ช่องทางการส่งสาร เนื้อหาสาร และผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการสื่อสาร การติดตามการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการตอบสนองเบื้องต้น การเปรียบเทียบข้อมูลผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในทุกๆระยะความถี่หนึ่งสัปดาห์จนถึงหนึ่งวันก่อนวันเลือกตั้ง และมีการปรับปรุงเมื่อพบข้อบกพร่องทันที

4. การติดตามและประเมินผลการสื่อสาร พบว่า มีการกำหนดตัวชี้วัดผลตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากสื่อใหม่จากยอดสถิติการเข้าชม ติดตาม และการแสดงความคิดเห็น การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากสื่อบุคคลที่เป็นผู้ช่วยหาเสียงถึงความคิดเห็นและความเข้าใจหรือการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ การวิเคราะห์ประเมินผลเปรียบเทียบเกณฑ์กลุ่มเป้าหมายและถึงความสอดคล้องต่อความสำเร็จที่ตั้งไว้ และการรายงานผลการสื่อสารกับทีมงานที่ปรึกษาทุกครั้งในทุกกิจกรรม และการประเมินตามและปรับปรุงความถี่ในการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 มีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาการออกแบบนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ประกอบด้วย 1) การวางแผนกระบวนการออกแบบนโยบาย พบว่า 1.1) การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการ การกำหนดนโยบายด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์จากการลงพื้นที่และข้อมูลเชิงลึกเพื่อสะท้อนสภาพปัญหาเฉพาะพื้นที่และความต้องการของแต่ละเขตพื้นที่ และการบูรณาการข้อมูลจากงานวิจัย รายงานราชการ และสถิติทางเศรษฐกิจ สังคม และประชากรที่ครอบคลุมปัญหาและตรงกับความต้องการ 1.2) การกำหนดวัตถุประสงค์นโยบาย พบว่า การกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายต้องครอบคลุมทุกมิติ และการกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถทำได้เป็นรูปธรรม และ 1.3) การตัดสินใจเลือกนโยบาย พบว่า การพิจารณาจากความต้องการและความเร่งด่วนของปัญหา ความเป็นไปได้ของทรัพยากรและงบประมาณ การครอบคลุมของพื้นที่ ความต่อเนื่องกับนโยบายที่ดีในอดีต ความสอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการเพิ่มนโยบายใหม่ ๆ 2) การดำเนินการการออกแบบนโยบาย พบว่า 2.1) หลักการวิเคราะห์นโยบาย พบว่า



การประเมินผลกระทบทางบวกและทางลบของนโยบาย และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของนโยบายภายใต้อำนาจและบทบาทหน้าที่ของ อปท. 2.2) การเลือกนโยบาย พบว่า นโยบายหลักจะต้องถูกพัฒนารูปแบบให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการหาเสียง นโยบายทางเลือกที่เป็นโครงการย่อยที่สร้างความคุ้มค่าเป็นการยอมรับ และการมีส่วนร่วมคิดของภาคประชาชนให้รู้สึกความเป็นเจ้าของนโยบาย และ 2.3) การนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า การวางแผนปฏิบัติการนโยบายที่ระบุชัดเจนว่า ใครทำ ทำอะไร เมื่อไร ใช้อะไรเป็นทรัพยากร และการวิเคราะห์บทวนความคาดหวังของประชาชนต่อนโยบาย

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมงานพัทลุง ประกอบด้วย 1) การจัดเตรียมสารพบว่า สารที่ผลิตทุกรูปแบบยึดหลักข้อความที่มีความคงเส้นคงวาของเนื้อหา การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์สื่อสารให้มีความน่าจดจำ ความเป็นเอกภาพ และการเข้าถึงได้ง่าย ได้แก่ ภาษาง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจ ความคมชัด รวมถึงการใช้ภาษาถิ่นและสัญลักษณ์ท้องถิ่น 2) การดำเนินการสื่อสาร พบว่า มีการวางแผนและวิธีการจัดกิจกรรม ได้แก่ การมีกิจกรรมแบบออฟไลน์ คือ การจัดปราศรัย การลงพื้นที่รายครัวเรือน รถประชาสัมพันธ์ และศูนย์ประสานงานในชุมชนหลักทุกเขตของการเลือกตั้ง และแบบออนไลน์ คือ การใช้ไลน์พูดคุยตอบคำถาม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และกลุ่มไลน์ OA หรือเฟชบุ๊กสำหรับแจ้งข่าวกิจกรรม ช่องทางในการถ่ายทอดสด การสร้างคลิป การแสดงบทบาทในการลงพื้นที่ การรับฟังการตอบคำถามผ่านการไลฟ์สด โดยการใช้สื่อออนไลน์หรือส่งชมเครือข่ายออนไลน์ เช่น เฟชบุ๊ก ยูทูบ ดิกต็อก เป็นต้น การจัดตารางการสื่อสารอย่างชัดเจน และการเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม การเลือกช่องทางการสื่อสาร โดยกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารได้ง่าย และการประเมินวิเคราะห์ช่องทางสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ 3) การควบคุมการสื่อสาร พบว่า มีการตรวจสอบสารทุกชิ้นและทุกรูปแบบสอดคล้องกับกฎหมายการเลือกตั้ง การประเมินติดตามทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง การปรับความถี่และการติดตาม การกำหนดบทบาทการผลิตตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปเผยแพร่และการปรับปรุง และการจัดสรรงบประมาณคำนึงถึงความคุ้มค่าและกฎหมายการเลือกตั้งกำหนด และ 4) การประเมินผลการสื่อสาร พบว่า การกำหนดกรอบตัวชี้วัดความเข้าใจ ทัศนคติ ความเชื่อมั่น ความตั้งใจสนับสนุน และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความน่าเชื่อถือของการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญภายนอกตรวจสอบพร้อมเสนอปรับปรุง

อภิปรายผล

1. อภิปรายผลการวิจัยจากการศึกษาการออกแบบนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมงานพัทลุง ปี 2568 พบว่า ด้านการวางแผนกระบวนการออกแบบนโยบาย การมีทีมงานในชั้นวางแผนการสำรวจความคิดเห็น การปรึกษาผู้นำชุมชนและเครือข่ายถึงปัญหาและความต้องการเพื่อใช้ในการกำหนดการวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดความเป็นไปได้ทุกมิติ และการตัดสินใจเลือกนโยบายโดยคำนึงถึงความสำคัญความเร่งด่วนของนโยบายต่อความเหมาะสมของทรัพยากรงบประมาณ และความต่อเนื่องของนโยบายและการก่อนโยบายใหม่ และด้านการดำเนินการออกแบบนโยบาย การมุ่งวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของปัญหาและความต้องการนโยบาย การออกแบบนโยบายหลักและทางเลือกที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ การวางแผนปฏิบัติงานนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม และการประเมินผลจากข้อมูลภาคสนามและคณะทำงานภายนอก การคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และความยั่งยืน และตอบสนองความต้องการที่คาดหวังต่อประชาชนได้จริงมีความสอดคล้องกับงานของ วิทยากร ท่อแก้ว ที่สรุปได้ว่าความชัดเจนในวิสัยทัศน์การนำเสนอแผนการแก้ปัญหาและการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิ์ออกเสียง (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568ค) และ

ยังสอดคล้องกับงานของ พระสิริรัตนเมธี และคณะ ที่สรุปได้ว่า การออกแบบนโยบายยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อกระบวนการออกแบบและดำเนินการที่ต้องพิจารณาด้านทรัพยากร ความเหมาะสม และความยั่งยืนของนโยบาย ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการหาเสียงมีความสอดคล้องต่อการตอบสนองหรือเปลี่ยนทิศทางของนโยบายในการพัฒนาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมกับความต้องการของประชาชน (พระสิริรัตนเมธี และคณะ, 2564) และยังพบว่า มีความสอดคล้องกับงานของ Michels, A. ในประเด็นการออกแบบนโยบายที่มีความครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียที่เน้นกลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและการแก้ปัญหาจะช่วยเสริมสร้างความชอบธรรมทางประชาธิปไตย (Michels, A., 2012)

2. อภิปรายผลการวิจัยจากการศึกษาการจัดการการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 พบว่า ด้านการวางแผน มีการกำหนดเครือข่ายและแผนสื่อสารล่วงหน้า การออกแบบสารหลักให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของนโยบาย และการเลือกใช้สื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ การคำนึงการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ และการประเมินความเป็นไปได้ของแผนงานที่สอดคล้องกับข้อกฎหมายเลือกตั้ง ด้านการดำเนินการ การมุ่งใช้สาร สื่อสารทั้งข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียงผ่านกิจกรรมการปราศรัย การลงพื้นที่ การใช้สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนนักศึกษาเป็นหลัก และการให้มีผู้ดูแลระบบรับฟังข้อเสนอแนะและตอบคำถาม ด้านการควบคุม การมุ่งเน้นกำกับผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสาร และติดตามผลพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และการปรับปรุงกลยุทธ์ทันทีเมื่อตรวจพบข้อบกพร่องเพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และด้านการติดตามและประเมินผล มีการใช้ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ เช่น ยอดเข้าชม การติดตาม และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายควบคู่กับข้อมูลเชิงคุณภาพจากสื่อบุคคลและผู้ช่วยหาเสียง เพื่อวิเคราะห์ความเข้าใจและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายและประชาชนเพื่อนำผลไปปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับงานของ HM Government ที่สรุปได้ว่า การวางแผนต้องกำหนดผู้รับสารและหลักของเนื้อหาสารที่มีความสัมพันธ์กับสื่อ ซึ่งจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ การทำความเข้าใจผู้รับสาร การสร้างกลยุทธ์ การดำเนินการ และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง (HM Government, 2023) และยังสอดคล้องกับงานของ วิทยาธร ท่อแก้ว ที่สรุปได้ว่า มีความจำเป็นต้องมีการจัดการสำนักงานเพื่อการบริหาร การวางแผน ควบคุมดูแลประสานงานเพื่อการจัดการออกแบบเนื้อหาสารที่สร้างความจดจำ เข้าใจง่าย และสั้นกระชับ การจัดการ การเผยแพร่ อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดการเผยแพร่แต่ละสื่อแตกต่างกันเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และการจัดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่ได้จัดส่งสาร (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2568ข) และ ยังพบว่า มีความสอดคล้องกับงานของ วิทยาธร ท่อแก้ว ในประเด็นกระบวนการจัดการสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนโยบายที่ตอบโจทย์เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์สารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจกับความต้องการ ความกลัว ความหวัง และแรงจูงใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การกำหนด ประเด็นสารที่มุ่งเน้นนำเสนอปัญหาทางออกในการสร้างการรับรู้และเลือกรูปแบบที่เหมาะสม ประเด็นสารที่สั้นกระชับตรงใจ และสามารถนำไปใช้ได้กับสื่อหลากหลายช่องทาง (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2568ก)

3. อภิปรายผลการวิจัยจากการศึกษาการพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 พบว่า แนวทางการพัฒนาการออกแบบนโยบาย ได้แก่ การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของประชาชนครอบคลุมพื้นที่จากทีมงานการเลือกตั้งและบูรณาการข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสะท้อนปัญหาแท้จริงของแต่ละพื้นที่ การกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายที่มีความครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายและมีตัวชี้วัดของนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม การตัดสินใจเลือกนโยบายที่คำนึงถึงความเร่งด่วนความเป็นไปได้ และความสอดคล้องกับนโยบายระดับจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสืบต่อสิ่งที่ดีจากอดีตและเพิ่มนโยบายใหม่ที่ขับเคลื่อนได้จริง



และด้านการดำเนินการออกแบบนโยบาย มีการประเมินผลกระทบของนโยบายเชิงบวกและลบ การเลือกนโยบายหลักใช้เป็นยุทธศาสตร์ของการหาเสียงและนโยบายทางเลือกที่มีความยืดหยุ่นและมีความคุ้มค่า การเปิดโอกาสและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนร่วมคิดร่วมรู้ถึงความเป็นเจ้าของนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติจากการวางแผนอย่างเป็นระบบและระยะเวลาอย่างชัดเจน และประเมินผลความคาดหวังของประชาชนเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างความโปร่งใสมีความสอดคล้องกับงานของ Smith, J. & Clark, H. ที่สรุปได้ว่า การพัฒนานโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนต้องอาศัยข้อมูลจากฐานชุมชนและจะต้องให้ความสำคัญกับการสำรวจปัญหาถึงความต้องการของประชาชนเพื่อการออกแบบนโยบายที่ครอบคลุม ขอบธรรม และตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริง (Smith, J. & Clark, H., 2019) และยังสอดคล้องกับงานของ สุพรรณา ภัทรมะวารกุล และคณะ ที่สรุปได้ถึงแนวคิดและนโยบายการสื่อสารเพื่อณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งชี้ให้เห็นว่า นโยบายการหาเสียงเลือกตั้งจะต้องสร้างความเชื่อ ความชัดเจน และนำเสนอผลประโยชน์แก่ประชาชนไปสู่การตัดสินใจสนับสนุน โดยผู้สมัครจะต้องรวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่จริงแล้วนำผลสรุปข้อมูลแนวคิดของประชาชนเพื่อนำมาสะท้อนกลับไปสู่การออกแบบนโยบาย (สุพรรณา ภัทรมะวารกุล และคณะ, 2566) และยังพบว่า มีความสอดคล้องกับงานของ พิษณุ เทพทอง ในประเด็นการดำเนินการนโยบายเริ่มต้นจากการศึกษานโยบายเดิมและกำหนดทิศทาง การพัฒนานโยบายในการจัดการปัญหาหลัก และการพัฒนานโยบายใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยมีหลักการพัฒนานโยบายที่สะท้อนปัญหาและความต้องการของประชาชนจากการลงพื้นที่และข้อมูลจากสำนักงานนโยบายเพื่อการวิเคราะห์นโยบายและวิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับบริบทแต่ละท้องถิ่น (พิษณุ เทพทอง, 2567) และแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารนโยบาย ได้แก่ ด้านการจัดเตรียมสาร การเน้นความคงเส้นคงวาของเนื้อหาสาร การสร้างอัตลักษณ์ที่น่าจดจำ และการใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อสร้างความใกล้ชิดกับประชาชนท้องถิ่น ด้านการดำเนินการ การมุ่งเน้นการผสมผสานทั้งกิจกรรมออฟไลน์และออนไลน์อย่างเป็นระบบด้วยแผนการวิเคราะห์การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย การมีกำหนดตารางเวลาและเลือกช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และการมุ่งสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ด้านการควบคุม มีการตรวจสอบและควบคุมความถูกต้องให้เป็นตามกฎหมายการเลือกตั้ง การประเมินทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง และการจัดสรรทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเหมาะสม และด้านการประเมินผล การกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุน และการสัปดาห์เรียนเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารอย่างต่อเนื่องมีความสอดคล้องกับงานของ Scammell, M. ที่สรุปได้ว่าการสร้าง “Political Branding” ผ่านการกำหนดสารที่มีเอกลักษณ์และการสื่อสารที่เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถเสริมสร้างความผูกพันและความภักดีของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การใช้ภาษาท้องถิ่นในการสื่อสารทางการเมืองมีส่วนช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วม เพิ่มความภาคภูมิใจทางอัตลักษณ์ และเสริมความเชื่อมั่นในตัวสาร (Scammell, M., 2014) และยังสอดคล้องกับงานของ สุพรรณา ภัทรมะวารกุล และคณะ ที่สรุปได้ว่า การจัดการสื่อและการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อที่กำหนดเนื้อหาสารตามวัตถุประสงค์ จำแนกได้ 5 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อเคลื่อนที่ สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่น ๆ และการจัดการประเมินผลการจัดการผลการสื่อสารด้วยการประเมินผลย้อนกลับและการสำรวจโพล โดยมีแนวทางการพัฒนาการจัดการหาเสียงเลือกตั้งจะต้องดำเนินการอย่างรอบคอบเป็นไปตามกฎหมาย ประกอบด้วย การมีรูปแบบการทำงานของสำนักงานอย่างมีระบบ การใช้นโยบายหาเสียงที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เทคโนโลยีระบบออนไลน์ แบบเรียลไทม์ และการทำโพลออนไลน์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพิ่มเติม (สุพรรณา ภัทรมะวารกุล และคณะ, 2566)

โดยสรุป ผลการวิจัยยืนยันว่า การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของ تیمพลังพัทลุง ปี 2568 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จจากการชนะการเลือกตั้งของทีมพลังพัทลุงมาจากการบูรณาการการสื่อสารระหว่างการออกแบบนโยบาย และการจัดการการสื่อสารนโยบายอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งการได้มาของนโยบายของทีมพลังพัทลุงไม่ได้ถูกสร้างขึ้น

อย่างล่อย ๆ แต่เกิดจากการวิเคราะห์ถึงปัญหาและความต้องการเชิงประจักษ์ในพื้นที่ ทำให้ได้นโยบายที่ตรงใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง นอกจากนี้ การจัดการการสื่อสารนโยบายได้ใช้แนวทางการสื่อสารแบบผสมผสาน สื่อหลากหลายประเภท คือ สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ และสื่อบุคคล เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและครอบคลุม การใช้ภาษาท้องถิ่นและการสร้างแบรนด์ทางการเมืองที่น่าจดจำเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกใกล้ชิดกับประชาชน นำมาซึ่งการรับรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมให้การสนับสนุน มั่นใจ และศรัทธาจากประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้

องค์ความรู้ใหม่

การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568 ประกอบด้วย ได้แก่ 1) การออกแบบนโยบาย มุ่งกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ โดยสำรวจปัญหาและความต้องการเชิงลึกของพื้นที่ กำหนดวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดที่ชัดเจน พิจารณาความครอบคลุมความเป็นไปได้ งบประมาณ และสร้างการยอมรับจากประชาชน รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง 2) การจัดการการสื่อสารนโยบาย ครอบคลุมการวางแผนสื่อสารล่วงหน้าอย่างน้อย 180 วัน การออกแบบสารและผลิตสื่ออย่างมืออาชีพ การเลือกช่องทางที่เหมาะสม การดำเนินการตามแผนพร้อมปรับตัวตามสถานการณ์ การควบคุมตรวจสอบความถูกต้องและความคุ้มค่า และการประเมินผลเชิงปริมาณและคุณภาพในด้านความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุน และ 3) การพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบาย เน้นการสร้างสารที่มีอัตลักษณ์ ใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อสร้างความใกล้ชิด มีการวิเคราะห์ปัญหาอย่างครอบคลุม ออกแบบนโยบายที่ตอบสนองความคาดหวังของประชาชน ใช้สื่อหลายช่องทางอย่างสอดคล้อง ควบคุมกระบวนการให้ถูกต้องตามกฎหมาย และประเมินเพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สรุปแล้ว การสื่อสารนโยบายดังกล่าวมุ่งสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนจากประชาชนเพื่อเพิ่มโอกาสชนะการเลือกตั้ง ผู้วิจัยจึงสรุปจากผลการวิจัยเป็นภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงข้อสรุปองค์ความรู้การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิกสภาจังหวัดพัทลุงของทีมพลังพัทลุง ปี 2568



สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) การออกแบบนโยบาย ประกอบด้วย 1.1) จัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่อการบริหารงาน การเลือกตั้ง การรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชนอย่างลึกซึ้ง 1.2) วัตถุประสงค์ของนโยบายมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่จับต้องได้จริงและมีตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน 1.3) การคำนึงถึงความเป็นไปได้ของทรัพยากรและงบประมาณ และขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย 1.4) การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของนโยบาย และ 1.5) การประเมินผลต่อความคาดหวังและการยอมรับนโยบาย 2) การจัดการการสื่อสารนโยบาย โดยมีลำดับ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 2.1) ผู้สมัครเลือกตั้งจะต้องเตรียมนโยบาย การจัดหาเครือข่าย และผู้สนับสนุนก่อนวันรับสมัครเลือกตั้ง การเตรียมนโยบายและการออกแบบสารอย่างมืออาชีพ การเลือกช่องทางการสื่อสารผสมผสานสื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ และสื่ออื่น ๆ ที่เหมาะสม และการประเมินความเป็นไปได้และความถูกต้องยึดหลักกฎหมายเลือกตั้ง 2.2) การดำเนินการสื่อสาร มุ่งเตรียมสารอย่างครบถ้วนและน่าสนใจทุกรูปแบบ ได้แก่ ข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียง และการกำหนดแผนกิจกรรมตลอดช่วงระยะเวลาการหาเสียงเลือกตั้ง 2.3) การควบคุมการสื่อสาร มุ่งจัดตั้งทีมงานกำกับดูแลเครือข่ายระบบสื่อสารและตรวจสอบสารความถูกต้อง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และตามกฎหมายเลือกตั้ง และการเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงเมื่อพบข้อบกพร่อง และ 2.4) การติดตามและประเมินผลการสื่อสาร มุ่งสร้างตัวชี้วัดการสื่อสารจากทุกช่องทางการสื่อสาร และการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และคุณภาพ มาเปรียบเทียบและปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์อยู่เสมอ 3) การพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบาย ประกอบด้วย 3.1) การพัฒนาการออกแบบนโยบายโดยให้ความสำคัญกับปัญหาและความต้องการของประชาชนที่แท้จริง การเลือกนโยบายที่สำคัญเร่งด่วน ความเป็นไปได้และเป็นที่คาดหวังของประชาชน เลือกนโยบายที่มีคุณค่า เป็นที่ยอมรับ และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 3.2) แนวทางการพัฒนาการจัดการสื่อสารนโยบาย คือ มีแนวทางที่สอดคล้องกันทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบที่มีความคงเส้นคงวา มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น น่าจดจำ และเข้าถึงง่าย การใช้ภาษาท้องถิ่นที่สร้างความเป็นพวักเดียวกันและความเป็นกันเอง การดำเนินแผนกิจกรรมควบคู่ระหว่างการสื่อสารแบบออฟไลน์ เช่น การเดินหาเสียง ป้ายไวเนล โปรชัวร์ รถแห่ เป็นต้น และการสื่อสารแบบออนไลน์ ได้แก่ การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น มีแผนการจัดส่งข่าวสาร การโต้ตอบ การแจ้งข่าวสาร และเน้นการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารครอบคลุมทุกมิติและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น และนอกจากนี้ การประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและมีตัวชี้วัดการสื่อสารจะเป็นส่วนช่วยให้สามารถปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารได้อย่างทันทั่วทั้งเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และ 4) ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการที่การเมืองที่จะลงสมัครนายก อบจ.และสมาชิก อบจ.ในครั้งต่อไป ควรเจาะลึกในการค้นหาข้อมูลในการออกแบบนโยบายที่ตอบโจทยความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริงเพื่อนำนโยบายใช้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ในการสร้างการรับรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าและประโยชน์ของนโยบาย จนก่อเกิดการสนับสนุนจากประชาชนซึ่งจะมีส่วนสำคัญของการตัดสินใจลงคะแนนของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาการสื่อสารนโยบายเชิงเปรียบเทียบระหว่างทีมผู้สมัครรับเลือกตั้งในพื้นที่จังหวัด หรือเปรียบเทียบระหว่างทีมผู้สมัครรับเลือกตั้งในพื้นที่จังหวัดที่มีลักษณะมีความแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กฤติกา รุจิโชค. (2561). การบริหารการจัดการการสื่อสารทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์เพื่อลดความขัดแย้งทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ. วารสารนิเทศศาสตร์, 36(3), 37-46.
- นิรัตน์ เพชรรัตน์ และคณะ. (2564). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. วารสารการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 6(1), 153-160.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2567ก). บ้านใหญ่ “วิสุทธิ ธรรมเพชร” ยังเหนียวแน่น ครองนายก อบจ.พัทลุง อีกสมัย. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2568 จาก <https://mgronline.com/south/detail/9680000010593>
- _____. (2567ข). สนามเลือกตั้งนายก อบจ.พัทลุง “ทีมนายกพร” เปิดตัวลงสู้ศึกอีกครั้ง. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2568 จาก <https://mgronline.com/south/detail/9670000121474>
- พระสิริรัตนเมธี และคณะ. (2564). การเลือกตั้งท้องถิ่นกับการพัฒนาประชาธิปไตย. วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่, 6(4), 384-396.
- พิชญ เทพทอง. (2567). การออกแบบเนื้อหาเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรขอพรรคก้าวไกล. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิทยธร ท่อแก้ว. (2568ก). การจัดการสารในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงของทีมงานหนุ่ม. วารสารสังคมพัฒนาศาสตร์, 8(7), 276-288.
- _____. (2568ข). แนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของหัวคะแนนเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น. วารสารสังคมพัฒนาศาสตร์, 8(2), 176-188.
- _____. (2568ค). แนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ปี 2568. วารสารสังคมพัฒนาศาสตร์, 8(3), 57-71.
- สิงห์ สิงห์ขจร. (2560). การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุพรรณภา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ. (2566). การสื่อสารเพื่อรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการของกลุ่มสมุทรปราการก้าวหน้า. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(6), 124-137.
- Creswell, J. W. (2012). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five Approaches. (3rd ed.). London: SAGE Publications, Inc.
- HM Government. (2023). Integrated review refresh 2023: Responding to a more contested and volatile world. Retrieved May 15, 2025, from <https://shorturl.asia/NT8o2>
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The Communication of Ideas (pp. 33-51). New York: Harper and Brothers.
- Michels, A. (2012). Citizen participation in local policy making: Design and democracy. International Journal of Public Administration, 35(4), 285-292.
- Scammell, M. (2014). Consumer democracy: The marketing of politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, J. & Clark, H. (2019). Community-driven policy design in local elections: Enhancing legitimacy through participation. Journal of Local Governance, 12(3), 45-62.