

การจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย*

DIGITAL COMMUNICATION MANAGEMENT OF MODERN POLITICAL PARTIES TO PROMOTE OF DEMOCRACY IN THAILAND

ไพศาล เรืองฤทธิ์^{1*}, วิทยาธร ท่อแก้ว¹, กานต์ บุญศิริ¹, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์²

Paisan Rueangrit^{1*}, Wittayatorn Tokeaw¹, Karn Boonsiri¹, Kunhida Thamwipa²

¹สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

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

²สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

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

*Corresponding author E-mail: 4661500118@stou.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ 2) ศึกษากระบวนการพัฒนาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมเชิงอธิบาย โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประชาชนชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป 2) สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 196 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารดิจิทัลทางการเมืองรวมทั้งสิ้น 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า พรรคการเมืองสมัยใหม่มีความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลที่ชัดเจนและเป็นระบบ โดยระบบที่มีความสำคัญในระดับสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณะ ($\bar{X} = 4.15$) ซึ่งควรเน้นการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน เข้าถึงได้ง่าย และทันต่อสถานการณ์ ระบบการจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.10$) ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการนโยบาย และระบบการจัดการการสื่อสารแบรนด์พรรคการเมือง ($\bar{X} = 4.05$) ซึ่งมุ่งสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจร่วมกันของพรรคอย่างเป็นเอกภาพ นอกจากนี้ กระบวนการพัฒนาการสื่อสารดิจิทัล ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดข้อกำหนดงาน การออกแบบระบบ การจัดทำต้นแบบ และการประเมินผลและปรับปรุง ซึ่งต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ แนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการสื่อสารดิจิทัลควรมุ่งสร้างระบบที่เปิดกว้าง โปร่งใส และมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: พรรคการเมืองสมัยใหม่, การสื่อสารดิจิทัล, การสื่อสารทางการเมือง, การมีส่วนร่วมของประชาชน

Abstract

This research article aimed to 1) Study the needs of modern political parties for digital communication systems, 2) Study the development process of digital communication management of modern political parties, and 3) Propose guidelines for the development of policies and plans for digital communication management of modern political parties. The research uses a mixed descriptive methodology. Quantitative research collected data from two sample groups: 1) Thai citizens aged 18 years and over and 2) 196 Members of Parliament. The research instrument used was a questionnaire, and the data was analyzed using descriptive statistics. Qualitative research collected data from 18 people directly involved in political digital communication. The research instrument used was a structured in-depth interview, and the data was analyzed using content analysis. The findings indicate that modern political parties require a clear and systematic digital communication system. The three most important systems are: a system for disseminating information to the public ($\bar{X} = 4.15$), which should emphasize the presentation of complete, clear, easily accessible, and timely information. A participatory policy-making system ($\bar{X} = 4.10$), that allows citizens to participate at every stage of the policy process, and a political party brand communication management system ($\bar{X} = 4.05$) aimed at building a unified image and shared understanding of the party, are key considerations. Furthermore, the digital communication development process comprises four steps: defining requirements, system design, prototyping, and evaluation and improvement, which must be carried out continuously and systematically. Guidelines for developing digital communication policies and plans should focus on creating an open, transparent, and participatory system.

Keywords: Modern Political Parties, Digital Communication, Political Communication, Public Participation

บทนำ

การจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองยุคใหม่ เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ระบบดังกล่าวยึดหลักอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านกระบวนการเลือกตั้ง การแสดงความคิดเห็น และการตรวจสอบการใช้อำนาจอธิปไตย พรรคการเมืองจึงทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการเชื่อมโยงระหว่างรัฐกับประชาชน ถ่ายทอดนโยบาย แนวคิดทางการเมือง และผลักดันความต้องการของประชาชนเข้าสู่กระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ ช่วยสร้างความเข้าใจ การรับรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างมีความหมาย ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอย่างรอบด้านผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ การบริหารจัดการการสื่อสารดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย สร้างความน่าเชื่อถือ เสริมภาพลักษณ์ และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชนในระยะยาว ในปัจจุบันประเทศไทยมีพรรคการเมืองที่จดทะเบียนกับคณะกรรมการการเลือกตั้งจำนวนมากกว่า 80 พรรค โดยสามารถจำแนกพรรคการเมืองออกเป็นกลุ่มพรรคการเมืองดั้งเดิมที่มีโครงสร้างและฐานเสียงแบบเดิม และกลุ่มพรรคการเมืองสมัยใหม่ซึ่งให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงนโยบายที่มีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก การสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัลของไทยยังเผชิญปัญหาหลายประการ เช่น การแพร่กระจายของข้อมูลบิดเบือน และข่าวปลอม การสื่อสารเชิงอารมณ์ที่สร้างความแตกแยก การใช้เนื้อหาแบบสั้นและฉาบฉวยเพื่อเร่งการมีส่วนร่วม ตลอดจนข้อจำกัดด้านการตรวจสอบข้อเท็จจริง เช่น กรณีการเผยแพร่คลิปตัดต่อหรือข้อความทางการเมืองในช่วง



การเลือกตั้งที่ถูกขยายผลอย่างรวดเร็วบนโซเชียลมีเดีย ส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชนและความน่าเชื่อถือของพรรคการเมือง สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการการสื่อสารดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และรับผิดชอบ จึงเป็นความท้าทายสำคัญของพรรคการเมืองสมัยใหม่ในบริบทประชาธิปไตยไทย (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565)

ระบบการจัดการการสื่อสารดิจิทัลมาใช้ในพรรคการเมืองในยุคใหม่ ประกอบด้วย ระบบการสื่อสารหลักที่สำคัญ ได้แก่ 1) การเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กรเพื่อกระจายข้อมูลและนโยบายระหว่างหน่วยงาน สมาชิกหรือบุคลากรในพรรค เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมในกันในงานต่าง ๆ 2) การจัดการฐานข้อมูลส่งเสริมงานนิติบัญญัติ ใช้ฐานข้อมูลสนับสนุนการร่างกฎหมายและการดำเนินงานนิติบัญญัติ เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และทันสมัยช่วยในการตัดสินใจ 3) การจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วม โดยการดึงประชาชนหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเข้ามา มีบทบาทในการเสนอแนะและสร้างนโยบาย สร้างการยอมรับและสนับสนุนที่กว้างขวาง 4) การรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน โดยการเปิดช่องทางให้ประชาชนร้องเรียนปัญหาหรือเสนอแนะแนวทางแก้ไข เพื่อรับฟังความเห็นและปรับปรุงการดำเนินงานของพรรค (Barberà, O. et al., 2021) การเผยแพร่ข่าวสารและความรู้สู่สาธารณะ ด้านนโยบาย หรือข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วม 6) การเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงานของพรรคอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 7) การจัดการเครือข่ายสมาชิกพรรค การดูแลและบริหารสมาชิกพรรคให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของพรรคและสนับสนุนการปฏิบัติการของพรรคอย่างต่อเนื่อง 8) การจัดการประเมินผลการสื่อสาร (Polling) การใช้แบบสำรวจหรือการเก็บข้อมูลจากประชาชนเพื่อตรวจสอบผลตอบรับของการสื่อสารและนโยบาย 9) การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อการวางกลยุทธ์ในการสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมในช่วงการหาเสียง รวมถึงการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางเพื่อส่งเสริมและผลักดันให้การปกครองประชาธิปไตยที่ยั่งยืน (Gerbaudo, P., 2019)

กระบวนการของการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองยุคใหม่ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดข้อกำหนดระบบการสื่อสารดิจิทัล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่พรรคการเมืองต้องกำหนดความต้องการและเป้าหมายในการสื่อสารดิจิทัล โดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย แพลตฟอร์มที่จะใช้และเครื่องมือที่เหมาะสมในการสื่อสาร เช่น การเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน รวมถึงการตั้งวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในการสื่อสาร เช่น การสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมของประชาชน หรือการสร้างภาพลักษณ์ของพรรค 2) การออกแบบระบบการสื่อสารดิจิทัล ขั้นตอนนี้พรรคการเมืองจะต้องออกแบบโครงสร้างและรูปแบบการสื่อสารดิจิทัล ซึ่งรวมถึงการกำหนดรูปแบบเนื้อหา การใช้ภาพลักษณ์และแบรนด์ของพรรคให้สอดคล้องกับเป้าหมายการกำหนดเส้นทางการเข้าถึงข้อมูลและการเชื่อมต่อระหว่าง ช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย 3) การจัดทำต้นแบบการสื่อสารดิจิทัล การสร้างต้นแบบการสื่อสารดิจิทัลมาทำการทดลอง การใช้เครื่องมือ สื่อสารดิจิทัลและการจำลองการสื่อสารในสภาพแวดล้อมจริง เพื่อทดสอบระบบว่าทำงานได้ตามที่ออกแบบไว้หรือไม่ และ 4) การประเมินผลและปรับปรุงการสื่อสารดิจิทัล ขั้นตอนนี้พรรคการเมืองต้องวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการสื่อสาร เช่น การวัดการมีส่วนร่วมของประชาชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจากแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อหาจุดที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจแก่สาธารณะมากยิ่งขึ้น (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสื่อสารดิจิทัลจะมอบโอกาสในการเสริมสร้างประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม แต่ยังมีเผชิญความท้าทาย เช่น การบิดเบือนข้อมูล การเผยแพร่ข่าวปลอม และความโปร่งใสของข้อมูล พรรคการเมืองจึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในทุกระดับของการเมือง ตั้งแต่การบริหารภายในพรรคจนถึงการกำหนดนโยบายสาธารณะ การพัฒนาระบบสื่อสารดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้สำหรับทุกคนจึงเป็นหัวใจสำคัญของการเสริมสร้างประชาธิปไตยที่มั่นคงและยั่งยืนในประเทศไทย ด้วยความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น การศึกษาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรค

การเมืองสมัยใหม่ ที่ประกอบด้วย ความต้องการระบบการจัดการการสื่อสารดิจิทัลที่ครอบคลุมการใช้งานในพรรคการเมืองสมัยใหม่ กระบวนการพัฒนาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลที่ชัดเจน เพื่อนำไปแนวทางด้านนโยบาย และแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลที่เป็นรูปธรรม จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยให้เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึงในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการระบบการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงอธิบายตามลำดับ (Explanatory Sequential Design) เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงลึกและเชิงกว้างเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย การดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ระยะ โดยเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ (ใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประชาชนชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 250 คน ใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามภูมิภาคและจัดสรรตามสัดส่วนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และ 2) สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 196 คน ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกคนมีโอกาสถูกเลือกเท่าเทียมกัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำเสนอระดับความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลตามประเด็นที่ศึกษา

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (ใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3)

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) และสังเคราะห์แนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารดิจิทัลทางการเมือง รวมทั้งสิ้น 18 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ตัวแทนจากพรรคการเมืองหลัก 5 พรรค พรรคละ 1 คน รวม 5 คน 2) ประชาชนในฐานะผู้รับสาร จำนวน 10 คน และ 3) นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการสื่อสารดิจิทัลทางการเมือง จำนวน 3 คน ซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ตรงด้านการสื่อสารดิจิทัลทางการเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ซึ่งพัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามเดียวกันในทุกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จากนั้นถอดความและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลด้วยการทวนสอบจากผู้ให้ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ ประมวลความหมาย และสังเคราะห์ประเด็นเพื่อสรุปผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนด



ผลการวิจัย

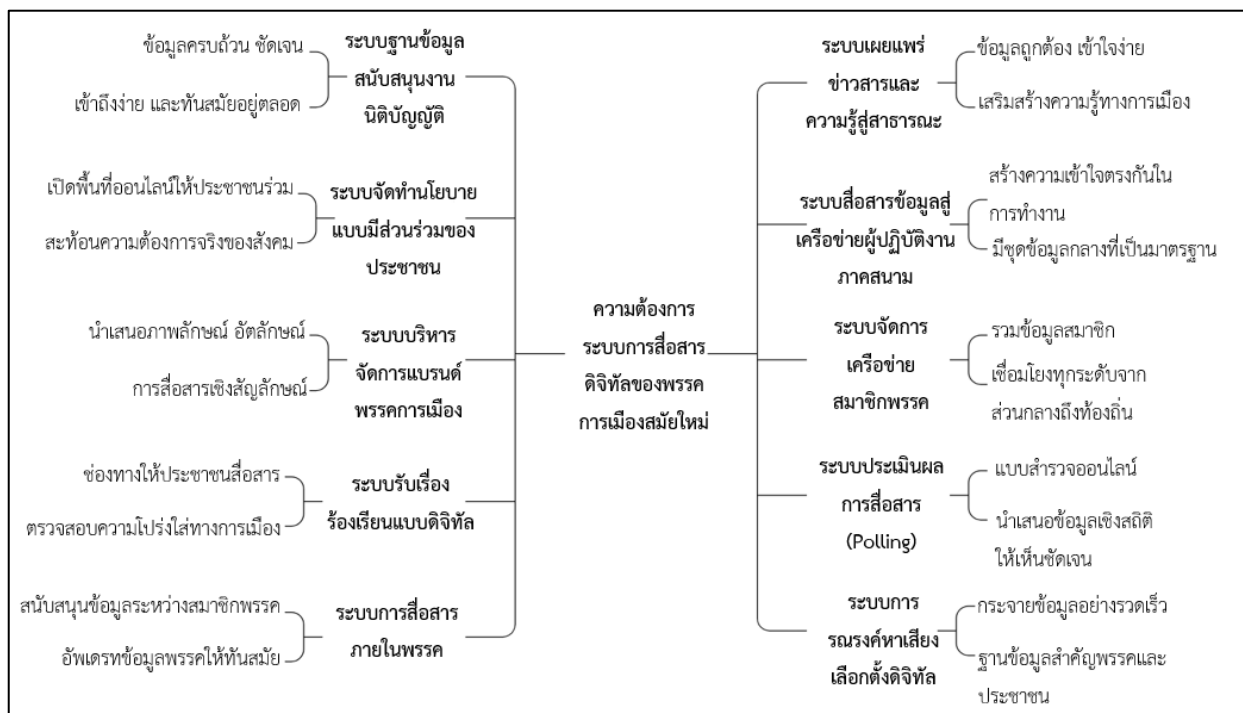
ความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ มีพื้นฐานจากแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองที่มุ่งสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือในกระบวนการประชาธิปไตย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ สามารถแบ่งออกเป็น 10 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย 1) ระบบฐานข้อมูลส่งเสริมงานนิติบัญญัติ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลด้านกฎหมายอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล และเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมผ่านช่องทางดิจิทัลเพื่อเสริมความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของกระบวนการทางการเมือง 2) ระบบการจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วม เป็นกลไกที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทตั้งแต่การระบุปัญหา เสนอแนวคิด แสดงความคิดเห็น ไปจนถึงการประเมินผลนโยบาย ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และระบบโหวตที่ตรวจสอบได้จริง ส่งผลให้ได้ข้อเสนอแนะนโยบายที่สะท้อนความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง 3) ระบบการจัดการการสื่อสารแบรนด์พรรคการเมือง เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของพรรค ถ่ายทอดอุดมการณ์และจุดยืนทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง โปร่งใส และน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความผูกพันและความไว้วางใจระยะยาวจากประชาชน 4) ระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน เป็นช่องทางสื่อสารโดยตรงระหว่างพรรคกับประชาชน ช่วยให้การสะท้อนปัญหาและการแก้ไขเป็นไปอย่างรวดเร็ว ตรวจสอบได้ และสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นฐานในการกำหนดนโยบายได้จริง 5) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร ช่วยให้การสื่อสารภายในพรรคมีมาตรฐานเดียวกัน ในทุกระดับ ลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และเสริมความเข้าใจร่วมกันของสมาชิก โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งต่อข้อมูลอย่างทันเวลาและตรวจสอบได้ 6) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้สู่สาธารณะ มีบทบาทในการยกระดับคุณภาพทางการเมือง โดยเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และเข้าถึงง่าย เพื่อสร้างความศรัทธา ความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย 7) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน ช่วยสร้างเอกภาพในการสื่อสารของพรรค ทำให้ทุกระดับสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับนโยบาย โดยมีศูนย์กลางข้อมูลที่เป็นทางการและตรวจสอบได้ 8) ระบบการจัดการเครือข่ายสมาชิกพรรค ทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลหลักที่เชื่อมโยงสมาชิกในทุกระดับ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง รวมถึงช่วยให้พรรคสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 9) ระบบการประเมินผลการสื่อสาร (Polling) เป็นเครื่องมือวัดผลการรับรู้และการตอบสนองของประชาชนต่อการสื่อสารของพรรค ใช้ข้อมูลเชิงสถิติและเทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมและพฤติกรรมของประชาชน และ 10) ระบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งดิจิทัล ซึ่งผสมผสานการใช้สื่อออนไลน์กับกิจกรรมภาคสนาม ช่วยให้พรรคเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดต้นทุน และสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชนในเชิงลึก เป็นการพัฒนาระบบการสื่อสารทางการเมืองให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในยุคดิจิทัล

ความคิดเห็นของประชาชนและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเกี่ยวกับความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ พบว่า ประชาชนและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีความคิดเห็นต่อความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่มีความสำคัญในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ประกอบด้วย ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณะ ($\bar{X} = 4.15$) ระบบการจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.10$) ระบบการจัดการการสื่อสารแบรนด์พรรคการเมือง ($\bar{X} = 4.05$) ระบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ($\bar{X} = 4.00$) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.95$) ระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน ($\bar{X} = 3.95$) ระบบการจัดทำฐานข้อมูลสนับสนุนงานนิติบัญญัติ ($\bar{X} = 3.90$) ระบบการจัดการเครือข่ายสมาชิก ($\bar{X} = 3.85$) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.85$) และระบบการจัดการประเมินผลการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่

ข้อคำถาม	ประชาชน		ส.ส.		สรุปรวม		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ระบบการจัดทำฐานข้อมูลสนับสนุนงานนิติบัญญัติ	3.83	0.76	4.03	0.57	3.90	0.71	มาก
ระบบการจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วม	4.03	0.70	4.23	0.58	4.10	0.65	มาก
ระบบการจัดการการสื่อสารแบรนด์พรรคการเมือง	3.98	0.72	4.15	0.60	4.05	0.67	มาก
ระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน	3.90	0.73	4.07	0.60	3.95	0.70	มาก
ระบบการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร	3.78	0.74	3.92	0.67	3.85	0.72	มาก
ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณะ	4.09	0.67	4.24	0.62	4.15	0.65	มาก
ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน	3.86	0.74	4.02	0.69	3.95	0.72	มาก
ระบบการจัดการเครือข่ายสมาชิก	3.77	0.76	3.94	0.70	3.85	0.73	มาก
ระบบการจัดการประเมินผลการสื่อสาร	3.73	0.77	3.93	0.69	3.80	0.74	มาก
ระบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง	3.90	0.74	4.17	0.66	4.00	0.70	มาก

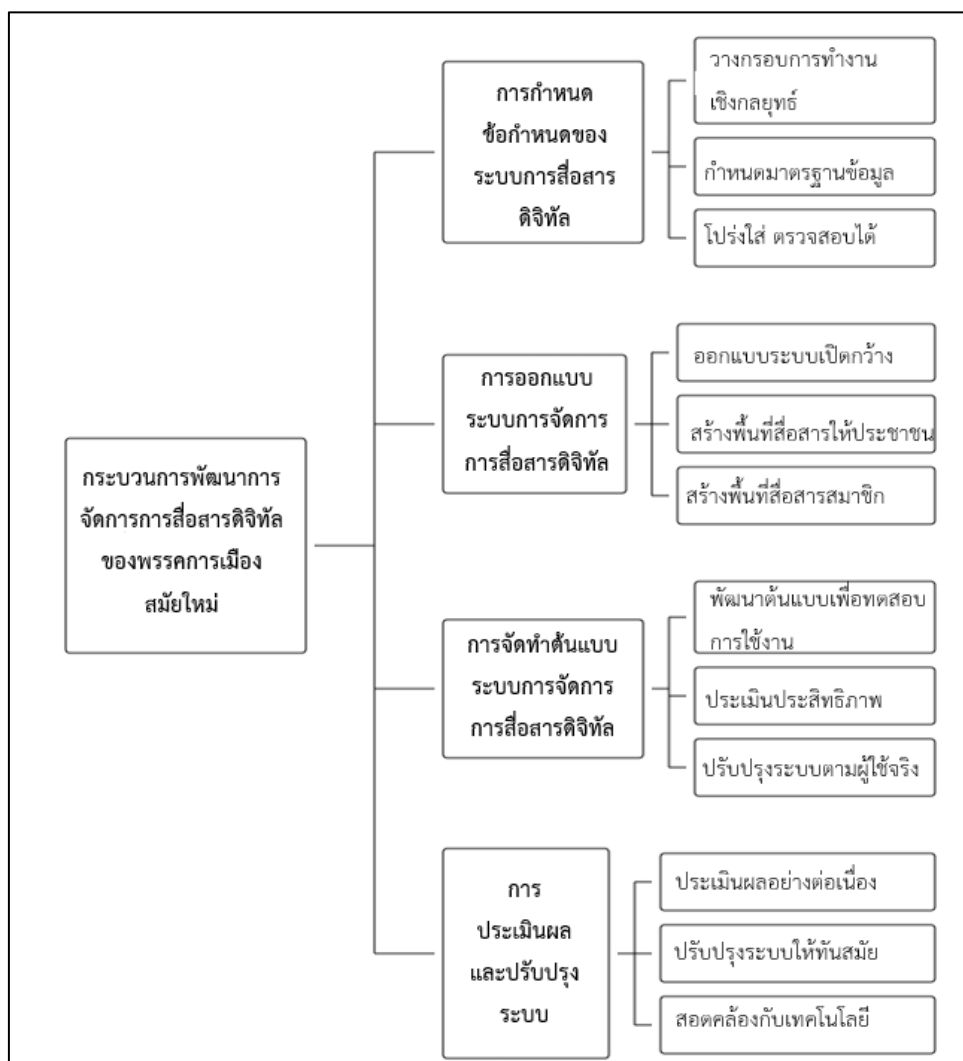
จากการศึกษาความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกันอย่างชัดเจนว่าการสื่อสารดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงพรรคการเมืองกับประชาชนในยุคปัจจุบัน ความต้องการดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่ระบบสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดทำนโยบายแบบเปิด การบริหารจัดการแบรนด์และภาพลักษณ์พรรค การสื่อสารภายในองค์กรพรรค ไปจนถึงการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และองค์ความรู้ทางการเมืองสู่สาธารณะอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์สามารถสังเคราะห์เป็นภาพรวมของความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ ดังแสดงในภาพสรุปผลต่อไปนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่



กระบวนการพัฒนาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย จำเป็นต้องบูรณาการความรู้ด้านเทคโนโลยีกับกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัลในปัจจุบัน โดยมี 4 ขั้นตอนสำคัญ ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดข้อกำหนดของระบบการสื่อสารดิจิทัล เป็นการวางกรอบการทำงานเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับฐานข้อมูลด้านนโยบายและงานนิติบัญญัติ รวมทั้งกำหนดมาตรฐานการเก็บข้อมูลให้ปลอดภัย โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเสถียรภาพของระบบ ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบระบบการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ มุ่งออกแบบระบบให้มีความโปร่งใส เปิดกว้าง และสามารถตรวจสอบได้ โดยเปิดพื้นที่ให้สมาชิกพรรคและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร เพื่อสร้างความไว้วางใจและความผูกพันทางการเมืองในระยะยาว ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำต้นแบบระบบการจัดการการสื่อสารดิจิทัล เป็นการทดสอบระบบในทางปฏิบัติ ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพ ความเหมาะสม และความง่ายในการใช้งาน พร้อมรับฟัง ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานจริงเพื่อนำมาปรับปรุงให้ระบบตอบโจทย์การทำงานจริง และขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลและปรับปรุงระบบ เน้นการติดตามและประเมินผลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้ข้อมูลและข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานมาปรับปรุงกลยุทธ์และพัฒนาให้ระบบทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2 สรุปกระบวนการพัฒนาการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่

แนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่ ควรมุ่งเน้นการสร้างระบบการสื่อสารที่โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลทางการเมือง เพื่อให้พรรคสามารถสื่อสารกับประชาชนได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล ระบบการสื่อสารดังกล่าวมีบทบาททั้งในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และนโยบายของพรรค รวมถึงเป็นกลไกในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและสร้างความไว้วางใจในระบอบประชาธิปไตย นโยบายการสื่อสารของพรรคควรตั้งอยู่บนหลักความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการตรวจสอบได้ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และสะท้อนอัตลักษณ์ของพรรคอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและเสริมความผูกพันกับประชาชนในระยะยาว พรรคควรดำเนินการสื่อสารเชิงรุกผ่านสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มโต้ตอบ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลนโยบายอย่างต่อเนื่อง พร้อมเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ชักถาม และตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส นอกจากนี้ ควรจัดให้มีกลไกติดตามและประเมินผลการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพสังคมและการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีและรูปแบบสื่อที่เข้าถึงง่าย เช่น วิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก และการถ่ายทอดสด เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพรรคกับประชาชนอย่างยั่งยืน นำไปสู่การพัฒนาพรรคให้เป็นองค์กรการเมืองอัจฉริยะที่มีสมรรถนะสูงและยึดโยงกับประชาชนในระบอบประชาธิปไตย

1	เน้นความโปร่งใสและธรรมาภิบาลทางการเมือง สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ตรวจสอบได้ และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ
2	สร้างระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย พัฒนาโครงสร้างดิจิทัลให้รองรับการสื่อสารที่รวดเร็ว และมีความเสถียร
3	เพิ่มการเข้าถึงและความเท่าเทียมในการรับข้อมูลข่าวสาร ทำให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงข้อมูลของพรรคได้โดยไม่มีข้อจำกัด
4	ใช้ระบบดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เปิดพื้นที่ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น ชักถาม และร่วมติดตามการเมืองได้
5	นำเสนอข้อมูลและนโยบายที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย สื่อสารอย่างสม่ำเสมอสอดคล้องกับอัตลักษณ์และสร้างภาพลักษณ์ของพรรค
6	ใช้สื่อดิจิทัลหลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มโต้ตอบ
7	สื่อสารเชิงรุกด้วยรูปแบบสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ใช้สื่อรูปแบบใหม่เพื่อดึงดูดและเข้าถึงคนรุ่นใหม่
8	จัดให้มีกลไกติดตามและประเมินผลการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ใช้การประเมินผลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลที่หลากหลาย
9	เสริมสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจระยะยาวกับประชาชน ผ่านการสื่อสารที่ต่อเนื่อง เปิดกว้าง และสะท้อนความจริงใจของพรรค
10	พัฒนาพรรคให้เป็นองค์กรการเมืองอัจฉริยะ (Smart Political Organization) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจัดการฐานข้อมูลในการขับเคลื่อนงานเป็นระบบ

ภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่



อภิปรายผล

ความต้องการระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่มีลักษณะบูรณาการที่มุ่งพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการภายใน การสื่อสารกับประชาชน และการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านการจัดการข้อมูล การสื่อสารองค์กร และประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณะได้รับความสำคัญสูงสุด ($\bar{X} = 4.15$) สะท้อนความคาดหวังต่อการเข้าถึงข้อมูลทางการเมืองที่ถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจในระบอบประชาธิปไตย สอดคล้องกับพระครูใบฎีกาวิชาญ ทรงราศี และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การสื่อสารของพรรคการเมืองไทยในยุคดิจิทัล ชี้ว่าการสื่อสารสาธารณะเชิงจริยธรรมช่วยเสริมความน่าเชื่อถือของพรรคการเมือง (พระครูใบฎีกาวิชาญ ทรงราศี และคณะ, 2565) 2) ระบบการจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วมได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับสูง ($\bar{X} = 4.10$) สะท้อนความต้องการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีบทบาทในกระบวนการนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับการศึกษาของพระณัฐวุฒิ พันทะลี และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มพลังการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน (พระณัฐวุฒิ พันทะลี และคณะ, 2565) 3) ระบบการจัดการการสื่อสารแบรนด์พรรคการเมืองได้รับความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) สะท้อนความจำเป็นในการสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และความเข้าใจร่วมของพรรคการเมืองผ่านสื่อดิจิทัล อย่าง เป็นเอกภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของปาณิชา จันทรฤทธิเสน และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหน้าใหม่ที่เป็นสตรีของพรรคพลังประชารัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การมีแบรนด์ทางการเมืองที่ชัดเจนและสื่อสารอย่างสม่ำเสมอผ่านสื่อดิจิทัล สามารถสร้างความผูกพันทางอารมณ์และความเชื่อมั่นของประชาชนต่อพรรคการเมืองในระยะยาว (ปาณิชา จันทรฤทธิเสน และคณะ, 2566) 4) ระบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งได้รับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) สะท้อนบทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะเครื่องมือหลักในการขยายการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้ง สอดคล้องกับการศึกษาของสุเมธ ตั้งประเสริฐ ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของพรรคการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 พบว่า พรรคการเมืองไทยมีแนวโน้มใช้กลยุทธ์สื่อผสมผสาน โดยผสมผสานการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เข้ากับกิจกรรมภาคสนาม เพื่อเพิ่มทั้งการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการเลือกตั้ง (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565) 5) ระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชนได้รับความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) สะท้อนถึงความคาดหวังต่อช่องทางสื่อสารสองทางที่สะดวกและตรวจสอบได้ ซึ่งช่วยเสริมความโปร่งใสและความไว้วางใจ สอดคล้องกับการศึกษาของพรพรรณ ธรรมยุรา และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของพลเมืองไทย พบว่า ช่องทางดิจิทัลช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ (พรพรรณ ธรรมยุรา และคณะ, 2567) 6) ระบบการจัดทำฐานข้อมูลสนับสนุนงานนิติบัญญัติได้รับความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) สะท้อนความจำเป็นในการใช้ข้อมูลเชิงนโยบายอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านนิติบัญญัติอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของพระณัฐวุฒิ พันทะลี และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า การมีฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลจากหลายภาคส่วนช่วยเสริมสร้างความเป็นระบบในการกำหนดนโยบาย และสนับสนุนให้พรรคการเมืองพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรอัจฉริยะที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พระณัฐวุฒิ พันทะลี และคณะ, 2565) 7) ระบบการจัดการเครือข่ายสมาชิกพรรคได้รับการประเมินว่ามีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) สะท้อนบทบาทของสมาชิกพรรคในฐานะทุนทางสังคมที่ช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมและการสื่อสารทางการเมือง สอดคล้องกับงานวิจัยของสกล สุกุลกล้า และชญานิน ศรีกระโทก ศึกษาเกี่ยวกับธรรมาภิบาลสำหรับผู้นำในยุคดิจิทัลกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข พบว่าความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสมาชิกช่วยเสริมสร้างพลังและความเข้มแข็งขององค์กรทางการเมือง (สกล สุกุลกล้า และชญานิน ศรีกระโทก, 2566) 8) ระบบการเผยแพร่

ข่าวสารภายในองค์กรและเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานได้รับความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) สะท้อนถึงความจำเป็นในการถ่ายทอดข้อมูลอย่างเป็นเอกภาพและลดความคลาดเคลื่อนภายในพรรค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ สอดคล้องกับงานวิจัยของมัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อดิจิทัลจะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อองค์กรมีระบบการจัดการข้อมูลภายในที่ชัดเจนและเป็นระบบ ซึ่งช่วยลดความคลาดเคลื่อนของสารและเพิ่มความพร้อมในการสื่อสารกับสาธารณะ (มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข, 2565) 9) ระบบการจัดการประเมินผลการสื่อสารได้รับความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับระบบอื่น แต่ยังสะท้อนความจำเป็นของกลไกการสะท้อนความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปลื้มจิต ลาภอุดมเลิศ และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในยุค Ai พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ช่วยให้การประเมินความคิดเห็นของประชาชนมีความแม่นยำ ทันทเวลา และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ปลื้มจิต ลาภอุดมเลิศ และคณะ, 2568) และ 10) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม ($\bar{X} = 3.95$) สะท้อนความจำเป็นในการประสานงานจากส่วนกลางสู่พื้นที่อย่างเป็นระบบ เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อดิจิทัลจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างส่วนกลางและภาคสนามอย่างเป็นระบบ (มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข, 2565)

การพัฒนาการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีทิศทางที่ชัดเจน โดยเริ่มจากการกำหนดกรอบและมาตรฐานการสื่อสารที่ครอบคลุมการบริหารจัดการข้อมูล การเผยแพร่ นโยบาย และการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านนโยบายและงานนิติบัญญัติ เพื่อให้การสื่อสารมีความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ ควบคู่กับการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อลดความเสี่ยงจากข้อมูลบิดเบือน ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้มแข็งของระบอบประชาธิปไตย นอกจากนี้ การออกแบบระบบสื่อสารดิจิทัลควรบูรณาการการทำงานร่วมกันของฝ่ายยุทธศาสตร์ เทคโนโลยี กฎหมาย และสมาชิกพรรค เพื่อให้การสื่อสารเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นพลวัตและสอดคล้องกันทั้งระดับส่วนกลางและระดับพื้นที่ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของพรพรรณ ศรีมยุรา และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของพลเมืองไทย ที่ชี้ให้เห็นความสำคัญของการสร้างเครือข่ายการสื่อสารแบบเปิดและโปร่งใสของพรรคการเมือง การพัฒนาระบบควรดำเนินการผ่านการจัดทำต้นแบบและการทดสอบใช้งานจริง โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของผู้ใช้เพื่อที่จะปรับปรุงฟังก์ชันให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนในยุคดิจิทัล (พรพรรณ ศรีมยุรา และคณะ, 2567) ซึ่งสอดคล้องกับพระณัฐภูมิ พันทะลี และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่เสนอการพัฒนาแพลตฟอร์มเชิงโต้ตอบที่สามารถปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน การประเมินผลและการปรับปรุงระบบควรถูกมองเป็นกระบวนการเชิงวงจร ที่ประกอบด้วย การวัดผล การเรียนรู้ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถปรับตัวตามบริบททางสังคมและการเมืองที่เปลี่ยนแปลง (พระณัฐภูมิ พันทะลี และคณะ, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ระบุว่า การประเมินอย่างต่อเนื่องเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพการสื่อสารและสร้างความไว้วางใจระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชนอย่างยั่งยืน (มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข, 2565)

แนวทางการพัฒนานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย ควรมุ่งสร้างระบบการสื่อสารที่โปร่งใส เข้าถึงง่าย และเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง พรรคการเมืองควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางหลัก



ในการเผยแพร่นโยบายและรับฟังความคิดเห็น เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจในกระบวนการประชาธิปไตย ควบคู่กับการพัฒนาฐานข้อมูลสมาชิกและผู้สนับสนุนเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์พฤติกรรมผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และออกแบบสารสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแม่นยำ โดยอาศัย Big Data และกลไกการประเมินผลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อบริบททางการเมืองที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ พรรคการเมืองควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งในมิติการสื่อสารและการกำหนดนโยบาย ผ่านการสร้างเครือข่ายสื่อสารแนวนอนและการปรับกลยุทธ์แบบเรียลไทม์ เพื่อเพิ่มพลังการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของสุเมธ ตั้งประเสริฐ ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของพรรคการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ที่เสนอว่าการสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัลควรมีความกระชับ เข้าใจง่าย (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565) สะท้อนอัตลักษณ์ของพรรคอย่างชัดเจน และใช้เทคโนโลยีและข้อมูลเชิงวิเคราะห์เพื่อเข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของพรพรรณ ศรีมยุรา และคณะ ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของพลเมืองไทย พบว่า การจัดการการสื่อสารดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีปฏิสัมพันธ์ แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น ความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความเข้มแข็งของประชาธิปไตยในบริบทสังคมไทย (พรพรรณ ศรีมยุรา และคณะ, 2567)

องค์ความรู้ใหม่

การสื่อสารดิจิทัลสำหรับพรรคการเมืองสมัยใหม่จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการหลายมิติอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือในยุคการเมืองดิจิทัล โดยการสื่อสารดิจิทัลสำหรับพรรคการเมืองสมัยใหม่ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) ด้านความโปร่งใส (Transparency) พรรคต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ตรวจสอบได้ และเข้าถึงได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลกิจกรรม นโยบาย แผนงาน หรือผลการดำเนินงาน ความโปร่งใสเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยลดความกังวลและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการตรวจสอบจากสังคมซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบประชาธิปไตยที่ดี 2) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน (Participation) พรรคควรสร้างช่องทางให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทได้จริง ไม่จะเป็นการเสนอแนวคิด การให้ข้อเสนอแนะ หรือการประเมินนโยบาย การมีส่วนร่วมเช่นนี้ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นเจ้าของร่วมของพรรค อีกทั้งยังช่วยสะท้อนความต้องการของประชาชนกลับสู่กระบวนการกำหนดนโยบาย ทำให้พรรคมีความเป็นประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง 3) ด้านการบูรณาการระบบ (Integration) พรรคการเมืองจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลที่เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้ AI และ Big Data เพื่อจัดเก็บ วิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลทางการเมืองได้อย่างลึกซึ้งและถูกต้อง การบูรณาการข้อมูลช่วยให้พรรคสามารถประเมินสถานการณ์ วางแผนเชิงนโยบาย และสื่อสารกับประชาชนได้อย่างแม่นยำและทันต่อเหตุการณ์ และ 4) ด้านการสื่อสารที่สร้างผลกระทบ (Engagement) พรรคควรใช้การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ที่เน้นผลลัพธ์ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และความผูกพันของประชาชน การสื่อสารต้องมีคุณภาพ ชัดเจน และสามารถกระตุ้นให้เกิดผลลัพธ์ที่จับต้องได้ เช่น การเพิ่มระดับความเข้าใจทางการเมือง การสร้างความผูกพันระหว่างพรรคกับประชาชน และการสร้างความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์ของพรรค องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยชี้ว่า พรรคการเมืองสมัยใหม่จำเป็นต้องพัฒนาระบบการสื่อสารดิจิทัลแบบบูรณาการ ที่ประกอบด้วย การบูรณาการข้อมูล การเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วม การสร้างความโปร่งใส และการสื่อสารที่สร้างผลกระทบในเชิงสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งหมดนี้ทำให้พรรคสามารถสร้างความไว้วางใจ ความร่วมมือ และความผูกพันกับประชาชนได้อย่างยั่งยืน อันเป็นพื้นฐานสำคัญของพรรคการเมืองที่เข้มแข็งในยุคดิจิทัล



ภาพที่ 4 องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษา

สรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดการการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมืองสมัยใหม่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบประชาธิปไตยไทยยุคใหม่ โดยพรรคการเมืองตระหนักว่าการสื่อสารในโลกดิจิทัลไม่เพียงเป็นช่องทางเผยแพร่ นโยบายเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ที่สร้างความไว้วางใจ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของประชาชน จึงต้องพัฒนาระบบการสื่อสารที่มีความเป็นระบบ ครอบคลุมการจัดเก็บข้อมูล การทำงานภายในองค์กร และการสื่อสารสู่สาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบสำคัญที่พรรคต้องการ ประกอบด้วย 10 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถ เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ประกอบด้วย ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณะ ($\bar{X} = 4.15$) ระบบ การจัดทำนโยบายแบบมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.10$) ระบบการจัดการการสื่อสารแบรนด์พรรคการเมือง ($\bar{X} = 4.05$) ระบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ($\bar{X} = 4.00$) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.95$) ระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน ($\bar{X} = 3.95$) ระบบการจัดทำฐานข้อมูลสนับสนุนงานนิติบัญญัติ ($\bar{X} = 3.90$) ระบบการจัดการเครือข่ายสมาชิก ($\bar{X} = 3.85$) ระบบการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.85$) และระบบการจัดการประเมินผลการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ ในด้านกระบวนการพัฒนาระบบพรรคการเมือง ควรดำเนินการอย่างเป็นลำดับ ได้แก่ การกำหนดข้อกำหนดของระบบ การออกแบบ การจัดทำต้นแบบ และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ระบบมีความปลอดภัย โปร่งใส และสอดคล้องกับบริบทการเมืองและสังคมไทย แนวทางเชิงนโยบายที่สำคัญควรมุ่งกำหนดมาตรฐานกลางด้านความโปร่งใสและการมีส่วนร่วม ส่งเสริมโครงสร้าง พื้นฐานดิจิทัลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนยกระดับความรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองของประชาชน เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมอย่างมีวิจารณญาณและประชาธิปไตยที่ยั่งยืน ทั้งนี้ การวิจัยในอนาคตควรขยายจำนวน และความหลากหลายของผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะพรรคการเมืองขนาดเล็กและพรรคการเมืองใหม่ รวมถึงกลุ่มประชาชนจากช่วงอายุและภูมิภาคที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความลึกของข้อค้นพบทางวิชาการ



เอกสารอ้างอิง

- ปลื้มจิต ลาภอุดมเลิศ และคณะ. (2568). การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในยุค Ai. วารสารบัณฑิตศึกษาวิชาการ, 3(1), 56-67.
- ปาณิชา จันทรฤทธิเสน และคณะ. (2566). กลยุทธ์การตลาดทางการเมืองในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหน้าใหม่ที่เป็นสตรีของพรรคพลังประชารัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(1), 305-324.
- พรพรรณ ศรีมยุรา และคณะ. (2567). กลยุทธ์การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของพลเมืองไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.
- พระครูใบฎีกาวิชาญ ทรงราศี และคณะ. (2565). ยุทธศาสตร์การสื่อสารของพรรคการเมืองไทยในยุคดิจิทัล. วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 13(1), 47-60.
- พระณัฐภูมิ พันทะลี และคณะ. (2565). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 2(1), 83-93.
- มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข. (2565). การสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารปรัชญาปริทรรศน์, 27(2), 63-81.
- สกล สกุลกล้า และชญาณิน ศรีกระโทก. (2566). ธรรมชาติของผู้นำในยุคดิจิทัลกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข. วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย, 19(2), 30-45.
- สุเมธ ตั้งประเสริฐ. (2565). กลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของพรรคการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 5(1), 25-38.
- Barberà, O. et al. (2021). Digital Parties: The Challenges of Online Organisation and Participation (Studies in Digital Politics and Governance). Chaim: Springer International Publishing.
- Gerbaudo, P. (2019). Are digital parties more democratic than traditional parties? Evaluating Podemos and Movimento 5 Stelle's online decision-making platforms. Party Politics, 27(4), 730-742.