

# กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2566

## Policy Communication Strategy of Thai Political Parties from The Campaign Signs for The Election of Members of The House of Representatives in Bangkok 2023

กฤษณัท แสทเวี

Kritchanat Santawee

Corresponding author, E-mail : good0773@gmail.com

Received : November 12, 2023  
Revised : March 11, 2024  
Accepted : October 25, 2024

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2566 ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาข้อความเชิงนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 131 ข้อความ โดยใช้แนวคิดบริบทการพัฒนาประเทศ นโยบายทางการเมืองและการวิเคราะห์นโยบาย การสื่อสารและการหาเสียงทางการเมือง อุดมการณ์ทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์นโยบายจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมืองมากที่สุดอันดับแรก ได้แก่ 1) การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง 2) การแก้ปัญหาให้กับประชาชน 3) การแสดงจุดยืนทางการเมือง 4) การแสดงความเหนือกว่าพรรคการเมืองอื่น รองลงมา คือ กลยุทธ์การสื่อสารด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ 1) สวัสดิการสังคม 2) การศึกษาและเรียนรู้ 3) ปรับปรุงกฎหมาย 4) สร้างความเท่าเทียมทางสังคม 5) ปรานีปรามยาเสพติด 6) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อันดับ 3 คือ กลยุทธ์การสื่อสารด้านเศรษฐกิจ 1) เพิ่มค่าแรงเงินเดือน รายได้ประจำ 2) ลดค่าไฟฟ้าและราคาน้ำมันเชื้อ

เพลิง 3) ลดหย่อนภาษี 4) การให้เงินกู้และเงินทุนในการประกอบอาชีพ 5) การให้เงินสวัสดิการและเงินอุดหนุนทางเศรษฐกิจ 6) การสร้างโอกาสทางอาชีพและเศรษฐกิจ อันดับ 4 คือ กลยุทธ์การสื่อสารด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ได้แก่ 1) การแก้ปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบ 2) การปรับปรุงและพัฒนาองค์กรทางทหารและตำรวจ 3) การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภาครัฐ และอันดับที่ 5 คือ กลยุทธ์การสื่อสารด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ 1) การแก้ไขมลพิษทางอากาศ 2) ปัญหาน้ำท่วมและภัยแล้ง 3) การเพิ่มพื้นที่สีเขียว

**คำสำคัญ:** การสื่อสารการเมือง, การเลือกตั้ง, นโยบายพรรคการเมือง

### Abstract

This research aims to comprehend the policy communication strategies of Thai political parties through campaign signs for the 2023 election of members of the House of Representatives in Bangkok. The analysis involves examining the content of policy messages conveyed by Thai political parties through campaign

signs. In May 2023, a total of 131 messages were collected. By employing the conceptual framework of developmental context, political development policies, and policy analysis, political communication, and political participation, the political ideologies. The research findings indicate that the analysis of policies from campaign signs primarily reflects the political ideology of the candidates or political parties. The top-ranked strategies include: 1) Creating Political Change 2) Addressing People's Issues 3) Highlighting Political Positions 4) Demonstrating Superiority Over Other Political Parties. Following these, social and human resource communication strategies were identified, including: 1) Social Welfare 2) Education and Learning 3) Improving Laws 4) Promoting Social Equality 5) Combating Drug Issues 6) Human Resource Development. The third category is the economic communication strategy, encompassing: 1) Increasing Wages, Salaries, and Regular Income 2) Reducing Electricity and Fuel Prices 3) Decreasing Taxes 4) Providing Loans and Funds for Occupations 5) Offering Welfare Funds and Economic Subsidies 6) Creating Career and Economic Opportunities. The fourth category involves public management communication strategies, including: 1) Addressing Corruption and Misconduct Issues 2) Improving and Developing Military and Police Organizations 3) Enhancing Government Work Efficiency. The fifth and final category pertains to communication strategies concerning natural resources and the environment, covering: 1) Addressing Air Pollution 2) Mitigating Flooding and Drought Problems 3) Increasing Green Spaces.

**Keywords:** Political Communication, Vote, Political Party Policies

## บทนำ

ที่ผ่านมามาประเทศไทยได้กำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วประเทศครั้งล่าสุด เมื่อวันอาทิตย์ที่ 14 พฤษภาคม 2566 ในขณะที่วันเลือกตั้งล่วงหน้า คือ วันอาทิตย์ที่ 7 พฤษภาคม 2566 และจากข้อมูลของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 พบว่า

มีพรรคการเมืองพร้อมเลือกตั้ง จำนวน 86 พรรค ซึ่งพรรคการเมืองที่ส่งผู้สมัครได้สูงสุด คือ พรรครวมไทยสร้างชาติ รองลงมาคือ พรรคก้าวไกล พรรคประชาธิปัตย์ พรรคภูมิใจไทย พรรคเพื่อไทย พรรคเสรีรวมไทย พรรคคลองไทย พรรคเศรษฐกิจไทย พรรคไทยสร้างไทย พรรคโอกาสไทย พรรคพลังประชารัฐ พรรคไทยภักดี พรรคยุทธศาสตร์ชาติ ตามลำดับ ส่วนพรรคการเมืองที่เหลืออีก 73 พรรค ส่งผู้สมัครได้ไม่ถึง 40 จังหวัด โดยพรรคที่น่าสนใจ อาทิ พรรคประชาธิปไตยใหม่ พรรคกล้า พรรคเพื่อชาติ พรรคชาติพัฒนา ก้าว พรรคสร้างอนาคตไทย พรรคชาติไทยพัฒนา พรรคเศรษฐกิจใหม่ พรรคไทยศรีวิไลย์ พรรคประชาชนชาติ พรรคพลังธรรมใหม่ (PPTV, 2566) และจากข้อมูลพรรคการเมืองที่สามารถส่งผู้สมัครลงรับเลือกตั้งดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าในการเลือกตั้งครั้งนี้นั้น ย่อมมีการแข่งขันกันสูงระหว่างพรรคการเมืองแต่ละพรรค เพื่อที่จะให้ได้จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) จาก ส.ส. แบบแบ่งเขต จำนวน 400 คน และ ส.ส. แบบบัญชีรายชื่อ จำนวน 100 คน (iLAW, 2566) จึงทำให้พรรคการเมืองแต่ละพรรคมีการประกาศนโยบายของพรรคเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันให้ได้รับเลือกตั้งในครั้งนี้ และมีการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นทางสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน สื่อบุคคล รวมถึงป้ายรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ติดตั้งบริเวณริมถนนและทางเท้า ซึ่งเป็นสื่อที่พบเห็นได้อย่างแพร่หลายในเขตกรุงเทพมหานคร และในเขตตัวเมืองของจังหวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประชากรถึง 5,494,932 คน จึงทำให้มีจำนวน ส.ส. ถึง 33 คน จากจำนวน 33 เขตเลือกตั้ง (ไทยโพสต์, 2566) โดยที่ผ่านมามาพรรคการเมืองขนาดใหญ่มักมีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารทุกช่องทาง เพื่อดำรงความเป็นพรรคการเมืองขนาดใหญ่ ส่วนพรรคการเมืองขนาดกลางต้องกำหนดเป้าหมายตลาดการเมืองแล้วจึงออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารให้ตรงเป้าหมายในการสื่อสารอุดมการณ์ของพรรคสร้างเนื้อหาสาระที่เข้าใจง่าย กระชับ มีประเด็น สร้างสรรค์ นำไปสู่การตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย เกิดการบอกต่อ และกลายเป็นกระแสเพื่อดึงดูดความสนใจจากสื่อใหญ่ (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2563)

โดยส่วนใหญ่แล้วที่ผ่านมามาการเลือกตั้ง ส.ส. มักมีการนำเสนอเนื้อหาของนโยบายในรูปแบบประชานิยม โดยที่พรรคการเมืองและนักการเมืองได้ประกอบสร้างกระบวนการประชานิยมผ่านนโยบายสาธารณะหรือกฎหมาย ทำให้เกิดผลกระทบและความเข้าใจเกี่ยวกับประชานิยมของประชาชนที่แตกต่างกันและประชานิยมในรัฐไทยถูกมองว่าดำเนินตามแบบประชานิยมในลาตินอเมริกา โดยผลกระทบของ

กระบวนการประชานิยมต่อรัฐไทยด้านสังคมก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำการแบ่งชนชั้นทางสังคม และเกิดระบบอุปถัมภ์มากขึ้นในด้านเศรษฐกิจก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เข้มแข็งในระยะสั้นเป็นอย่างมาก แต่มีแนวโน้มจะก่อหนี้สาธารณะในระยะยาวมากเช่นกัน ส่วนด้านการเมือง นักการเมืองใช้ประชานิยมหาเสียงเพื่อหวังผลชนะการเลือกตั้งมากขึ้น นำไปสู่การเผชิญหน้าและความขัดแย้งระหว่างคนในชนบทกับคนในเมือง และด้านบริบททางสังคมประชาชนมีมุมมองต่อนโยบายประชานิยมว่า คนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อนโยบายประชานิยม ในขณะที่เดียวกันนโยบายประชานิยมก็ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวมและทำให้การเคารพกติกาความมีระเบียบวินัยของประชาชนลดน้อยลง (กันต์ ศรีหาลำ และปิยลักษณ์ โพธิวรรณ, 2563) เนื่องจากนโยบายประชานิยมเป็นนโยบายที่เอื้อประโยชน์และส่งผลดีให้แก่ผู้มีรายได้น้อยเพื่อลดช่องว่างฐานะทางสังคม แต่นโยบายประชานิยมบางโครงการพึงต้องตระหนักถึงผลกระทบในภาพรวมที่อาจมีความเสียหายที่สูงต่อเศรษฐกิจมหภาค การเกิดหนี้สาธารณะและกระบวนการที่ไม่โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ นโยบายประชานิยมมักถูกนำมาใช้ลดความกดดันทางการเมืองหรือสร้างคะแนนนิยม โดยการดำเนินนโยบายการสร้างหนี้ต่อไปเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างงานให้ประชาชน (ภูวกฤต เหมหาชาติ, 2558) นอกจากนี้ พนมสิทธิ สอนประจักษ์ (2562) ศึกษาพบว่า กลวิธีการใช้ภาษาในป้ายหาเสียงเลือกตั้งมักประกอบด้วย 1) กลวิธีว่าด้วยการใช้ภาษาที่แอบแฝงแนวคิดเรื่องชนชั้นทางสังคม ซึ่งมี 2 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่ง ใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายถึงการ “ให้อำนาจแก่ประชาชน” ประชาชนคือผู้ยิ่งใหญ่ มีอำนาจเหนือพรรคการเมือง กลุ่มที่สอง ใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายถึงการเท่าเทียมกันระหว่างพรรคการเมืองที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง กับประชาชน 2) กลวิธีว่าด้วยการใช้ภาษาที่แอบแฝงอุดมการณ์ทางการเมืองชุดต่าง ๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ อุดมการณ์แบบท้องถิ่นนิยม อุดมการณ์แบบชาตินิยม อุดมการณ์แบบผู้นำนิยม และอุดมการณ์แบบประชานิยม

จากความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคการเมือง อันนำไปสู่การตัดสินใจของประชาชนในการเลือกผู้แทนเข้าไปเป็น ส.ส. และเกิดการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยส่วนใหญ่มีการดำเนินนโยบายตามแนวทางประชานิยม ซึ่งสมควรจะเป็น “ทางเลือก” ในการดำเนินนโยบายเพียงชั่วคราวชั่วคราวเสียมากกว่าที่จะเป็น “บรรทัดฐาน” ของการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างถาวร เนื่องจากบทเรียนที่เกิดขึ้นกับประเทศที่ใช้นโยบายประชานิยมอย่างแพร่หลายนั้น เป็นที่แน่ชัดว่าส่งผลให้เกิด “ภาวะเงินเฟ้อขึ้นรุนแรง” จนกลายเป็นหายนะทางเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้น การจัดทำรัฐ

สวัสดิการที่ขับเคลื่อนด้วยการจัดเก็บภาษีที่มีคุณภาพ อาจเป็นคำตอบที่ช่วยลดความขัดแย้งของอุดมการณ์ทางการเมืองและความเหลื่อมล้ำเชิงโครงสร้างทางชนชั้นในสังคมไทยได้ดีมากกว่าอันจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศในท้ายที่สุด (ยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว, 2564) จึงทำให้กลยุทธ์การสื่อสารด้วยการนำเสนอนโยบายทางการเมืองของแต่ละพรรคการเมืองถูกนำมาใช้ในการดึงดูดความสนใจประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ยังรวมไปถึงกลยุทธ์การสื่อสารอุดมการณ์ทางการเมือง ประสบการณ์และผลงานของพรรคการเมืองหรือตัวนักการเมือง ถูกนำมาสร้างสรรค์เป็นเนื้อหาหรือจุดจับใจที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจึงมีความสนใจถึงการทำความเข้าใจกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2566 ว่ามีการนำเสนอเนื้อหาซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศและประชาชนในมิติต่าง ๆ อย่างไรต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทำความเข้าใจกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2566

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. บริบทการพัฒนาประเทศ

การพิจารณาแนวทางการพัฒนาประเทศในช่วงเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 จำเป็นที่จะต้องอาศัยความเข้าใจในบริบทสถานการณ์การพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์วิกฤติที่ส่งผลกระทบต่อรุนแรงทั่วโลกทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ได้กำหนดบริบทในการพัฒนาประเทศไว้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านเศรษฐกิจ 2) บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ 3) บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4) บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ดังนี้ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2566)

#### 1.1 บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านเศรษฐกิจ

ให้ความสำคัญต่อเร่งรัดผลักดันการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจภาคการผลิตเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยนวัตกรรมและมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เน้นการสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการเชิงคุณภาพ พร้อม

ทั้งให้ความสำคัญกับการกระจายผลประโยชน์สู่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องภายในประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นรูปธรรมปรับเปลี่ยนสู่อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง โดยมุ่งเป้าในการเร่งพัฒนาภาคการผลิตและบริการเป้าหมายรายสาขาที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ 1) การยกระดับภาคการเกษตรสู่การผลิตสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง 2) การท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ คุณค่า และความยั่งยืนมากกว่าปริมาณ 3) การเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมยานยนต์สู่ยานยนต์ไฟฟ้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยสนับสนุนการลงทุนวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย 4) การผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง โดยส่งเสริมการผลิตบุคลากรระดับมาตรฐาน รวมถึงสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์ต่อยอดจากผลการศึกษาวิจัยและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาใช้ในกระบวนการรักษาพยาบาล 5) การดำเนินยุทธศาสตร์ให้ประเทศไทยเป็นยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค 6) ยกกระดับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทยให้เป็น ศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน

## 1.2 บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์

การกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมที่ไม่เท่าเทียมของประเทศไทยก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในหลายมิติ ทั้งในส่วนของ ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ระหว่างคนจนและคนรวยในระดับสูง ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยระหว่างกลุ่มคนที่จนที่สุดกับกลุ่มที่มีฐานะดีที่สุดมีความแตกต่างกันเกือบ 16 เท่า เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการสาธารณะที่มีคุณภาพ อาทิ ด้านสุขภาพ การศึกษา ชีวิตการงาน รายได้ ตลอดจนการคมนาคมและการสื่อสาร ในขณะที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียังอาจนำมาซึ่งปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล เนื่องจากขาดความพร้อมด้านอุปกรณ์ ขาดทักษะดิจิทัล ขาดทุนในการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้ยิ่งขาดโอกาสในการมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ซึ่งประเด็นด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงคุณภาพเป็นความท้าทายที่สำคัญของไทยมาโดยตลอด จากระบบและคุณภาพการศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ต่ำ โดยในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเพื่อมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม ด้วยการกระจายโอกาส สร้างความเสมอภาคและลดความเหลื่อมล้ำทั้งในเชิงรายได้ ความมั่งคั่ง เชิงพื้นที่ และโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจ โดยการกระจายการพัฒ

นาพื้นที่เศรษฐกิจและเมือง แก้ไขปัญหาความยากจนเรื้อรัง และป้องกันการส่งต่อความยากจนไปยังลูกหลาน เน้นส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาและการพัฒนาทักษะอาชีพที่มีคุณภาพแก่เด็กและเยาวชนจากครัวเรือนยากจน พร้อมทั้งพัฒนาหลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมที่มีการบูรณาการอย่างเป็นระบบ มุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถแข่งขันได้ และมีการเติบโตที่ยั่งยืน โดยพัฒนาสภาพแวดล้อมให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้อย่างเป็นธรรม

## 1.3 บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยมีทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนการประเมินสถานการณ์ของทุนทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญของประเทศ พบว่าทรัพยากรป่าไม้ของไทยมีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ทรัพยากรน้ำของประเทศไทยมีการพัฒนาแหล่งน้ำต้นทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งแหล่งน้ำผิวดินและแหล่งน้ำใต้ดิน แต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือน ส่งผลให้มีปริมาณการใช้น้ำเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับความเสื่อมโทรมของแหล่งน้ำตามธรรมชาติทั้งจากการกระทำของมนุษย์และปัจจัยตามธรรมชาติส่วนทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอยู่ภายใต้ความเสี่ยง จากภัยคุกคามทั้งทางธรรมชาติและจากการกระทำของมนุษย์ เมื่อทุนทางสิ่งแวดล้อมของไทย พบว่า การจัดการของเสียเป็นความท้าทายสำคัญของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ ส่วนการผลิตไฟฟ้าและการคมนาคมขนส่งจะมีบทบาทที่สำคัญอย่างมากต่อการควบคุมปริมาณก๊าซเรือนกระจกของไทย พร้อมกับการพัฒนาความสามารถในการดูดกลับก๊าซเรือนกระจกของภาคป่าไม้และการใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยแนวทางสำคัญสำหรับการพัฒนาทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระยะต่อไปเป็นการส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ ด้วยการอาศัยกลไกและมาตรการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดการลงทุนสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติและเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

## 1.4 บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านการบริหาร

## จัดการภาครัฐ

ที่ผ่านมาประเทศไทยมีความโดดเด่นในการพัฒนาไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลและการอำนวยความสะดวกให้กับภาคธุรกิจ แต่ยังคงมีอุปสรรคที่ทำให้การพัฒนาประสิทธิภาพของภาครัฐไม่ดีขึ้นเท่าที่ควร โดยข้อจำกัดที่สำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐมาจากปัญหาเชิงโครงสร้างการบริหารงานภาครัฐที่มีขนาดใหญ่ มีขั้นตอนกระบวนการตามระเบียบปฏิบัติของระบบราชการที่ล้าสมัยไม่สนับสนุนการทำงานรัฐบาลดิจิทัลแบบครบวงจร แต่ละหน่วยงานยึดถือกรอบอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของตนเป็นหลัก นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องความยั่งยืนทางการคลัง ที่มีแนวโน้มของการบริหารจัดการทางการคลังของประเทศในระยะยาวยังคงมีความน่าเป็นห่วง จากโครงสร้างงบประมาณรายจ่ายของประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2559-2563 ที่ประเทศไทยมีรายจ่ายประจำในระดับสูง มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในขณะที่มีฐานการจัดเก็บภาษีที่ค่อนข้างแคบ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของภาครัฐ ดังนั้น การยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริหารจัดการภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรมและทันต่อสถานการณ์เพื่อเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ ให้ประเทศไทยมีภาครัฐที่มีสมรรถนะทันสมัย คล่องตัว และตอบโจทย์ประชาชน

ทั้งนี้ บริบทในการพัฒนาประเทศซึ่งถือเป็นเงื่อนไขสำคัญประการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ประเทศหรือประชาชนกำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้น ดังนั้น พรรคการเมืองย่อมควรต้องประกาศนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของอุดมการณ์ทางการเมืองที่พรรคการเมืองยึดถือต่อไป

### 2. นโยบายทางการเมืองและการวิเคราะห์นโยบาย

นโยบายสาธารณะเป็นแนวทางการกระทำ หรือการเลือกตัดสินใจหรือกฎหมายของรัฐซึ่งได้ตัดสินใจและกำหนดไว้เพื่อชี้้นำให้กระทำตามอันนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายด้วยการวางแผน การจัดทำโครงการ การบริหาร กระบวนการดำเนินงาน การปฏิบัติงานที่ตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชน เพื่อให้ต้นนโยบายสาธารณะที่ดีสามารถแก้ไขปัญหาสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการศึกษาการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะสามารถแบ่งได้เป็น 3 ยุค ได้แก่ 1) นโยบายสาธารณะยุคเศรษฐศาสตร์การเมือง (Economics and Politics) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างวิชา

เศรษฐศาสตร์และการดำเนินการทางการเมืองเศรษฐศาสตร์และการเมืองจึงเป็นการนำเอาความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ไปผสมกับกิจกรรมทางการเมือง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางการวิเคราะห์ของวิชาเศรษฐศาสตร์ โดยมีความเชื่อว่า “บุคคลตัดสินใจทางการเมืองเพราะผลประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์ นโยบายสาธารณะที่ออกโดยฝ่ายการเมืองจึงต้องตอบสนองความต้องการจำเป็นของพลเมืองมากที่สุดเท่าที่จะทำได้” 2) นโยบายสาธารณะยุคกระบวนการเลือกสาธารณะ ที่เป็นสหวิทยาการ จึงต้องการความรู้จากเศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยา การบริหารธุรกิจ มาใช้ประยุกต์ ปรับปรุงการบริหารภาครัฐให้ดีขึ้น จากมุมมอง 11 ประการ คือ (1) ปัจเจกบุคคลเป็น คนเห็นแก่ตัว (2) การจัดระบบการบริหารให้ มี ความ สะดวก มีความเสมอภาค มีความเป็นธรรม มีความโปร่งใส สุจริต เกิดความพึงพอใจ ประหยัดค่าใช้จ่ายของประชาชน สร้างรายได้แฝงให้ประชาชน (3) จัดระบบให้รับฟังความต้องการของประชาชน (4) มีการแข่งขันทางการบริการ (5) ข้อมูลสารสนเทศที่มากพอ (6) ใช้ระเบียบกฎเกณฑ์ (7) ยิ่งเหมือนมีประสิทธิภาพต่ำไม่สามารถสนองต่อความต้องการ แต่ถ้ายิ่งต่างยิ่งสนองต่อความต้องการได้ดีกว่า (8) ประชาชนร่วมทำ (9) มีการกระจายอำนาจ (10) ตรวจสอบและถ่วงดุล (11) รวมอำนาจในบางกิจกรรมของรัฐ 12) ซ้ำเสริมและซ้ำซ้อน (Redundancy & duplication) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ 3) นโยบายสาธารณะยุคการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ เป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ทางเลือกของนโยบายที่สามารถนำมาดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาได้ ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ เช่น ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (สัญญา เคนาภูมิ, 2561)

สำหรับทฤษฎีหรือตัวแบบที่ใช้ในการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ ซึ่งเรียกว่า ตัวแบบการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ (Public policy analysis the model) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะในมิติรัฐศาสตร์ ได้แก่ (1) ตัวแบบทฤษฎีเชิงระบบนโยบายสาธารณะเป็น ผลผลิตของระบบการเมือง เช่น ค่านิยม อำนาจ (2) ตัวแบบสถาบันนโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตของสถาบันการเมือง ซึ่งนโยบายจะยังไม่เป็นนโยบายสาธารณะจนกว่านโยบายนั้นจะได้รับความเห็นชอบและถูกนำไปปฏิบัติ (3) ตัวแบบทฤษฎีขั้นขั้นปกครอง เป็นความต้องการหรือสเนียมของผู้นำ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่คำนึงถึงความต้องการของประชาชน (4) ตัวแบบดุลยภาพระหว่างกลุ่มการต่อรอง (Bargaining) การประนีประนอม (Compromising) ระหว่างความต้องการที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอิทธิพล (Influence group) ผล

ประโยชน์ (Interest group) กลุ่มพลังผลักดัน (Forces) และกลุ่มแรงกดดัน (Pressure) ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเสียงข้างมากเพื่อให้การประนีประนอมประสบผลสำเร็จ (5) ตัวแบบกระบวนการศึกษาถึงกระบวนการทางการเมืองและพฤติกรรมทางการเมือง เช่น การระบุประเด็นปัญหาการกำหนดข้อเสนอโยบายการให้ความเห็นชอบกับนโยบายการนำนโยบายไปปฏิบัติ การประเมินผลนโยบาย (6) ตัวแบบทฤษฎีเกม เป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผลในสถานการณ์ที่ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเพียงสองคนหรือสองกลุ่มหรือสองฝ่ายหรือมากกว่านั้น มีทางเลือกที่จะทำการตัดสินใจ และผลของการตัดสินใจขึ้นอยู่กับทางเลือกของแต่ละฝ่ายจะเลือก (2) การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะในมิติรัฐประศาสนศาสตร์มุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญของประสิทธิภาพและประสิทธิผลของนโยบายสาธารณะ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์นโยบายโดยอาศัยทฤษฎีการตัดสินใจตามหลักเหตุผล โดยตัดสินใจเลือกทางเลือก ที่ได้ผลมากที่สุดแต่ลงทุนน้อยที่สุด (2) การวิเคราะห์นโยบายโดยอาศัยทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขจากของเดิมนโยบายที่มีอยู่ถูกต้องแล้ว พิจารณาเฉพาะนโยบายในส่วนที่เพิ่มลดหรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีอยู่ (3) การวิเคราะห์นโยบายโดยอาศัยแนวความคิดที่เรียกว่า “มิกซ์สแกนนิ่ง” ซึ่งเป็นความพยายามของการผสมผสานรูปแบบการตัดสินใจของสองตัวแบบก่อน (สัญญา เคนาภูมิ, 2561)

การวิเคราะห์นโยบาย หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์และการแทรกแซง รวมถึงการจัดการความขัดแย้งทางการเมืองที่มีความสลับซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของเมืองที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โดยเป็นการเลือกนโยบายที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกโดยการเลือกนั้นจะขึ้นอยู่กับเหตุผลและข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อแก้ไขปัญหาของประชาชน ช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายสามารถนำไปดำเนินการให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ดังนั้น การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะจึงมีความหมายครอบคลุมถึง กระบวนการในการใช้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงนำมาวิเคราะห์หาเลือกที่ดีที่สุดเข้ามาแก้ไขปัญหาในเชิงนโยบายเพื่อนำไปปฏิบัติทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยองค์ประกอบของการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ ประกอบด้วยกระบวนการที่เป็นพลวัตร 10 ประการ ได้แก่ (1) การระบุปัญหา นโยบาย (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (3) การค้นหาและการออกแบบทางเลือก (4) การจัดเก็บข้อมูลและข่าวสาร (5) การสร้างและการทดสอบตัวแบบ (6) การสร้างและการทดสอบตัวแบบ (7) การสร้างและการทดสอบตัวแบบ (8) การสร้างและการทดสอบตัวแบบ (9) การตั้งสมมติฐาน (10) การแสวงหาทางเลือกใหม่ (บดินทร์ธร บัวรอด, 2562)

### 3. การสื่อสารและการหาเสียงทางการเมือง

#### 3.1 การสื่อสารทางการเมือง

ปนัดดา รักษาแก้ว (2561) ได้นำเสนอแนวคิดของ มานูเอล ปาเรส เกี่ยวกับความหมายของการสื่อสารการเมืองไว้ 4 ประการ คือ (1) การสื่อสารใด ๆ ที่สัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับระบบสังคม อันได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง การเคลื่อนไหวของประชาชน ซึ่งกลุ่มหรือบุคคลเหล่านี้ อาจจะเป็นทั้งผู้ส่งหรือผู้รับสาร (2) การสื่อสารทางการเมืองเป็นเรื่องของการโน้มน้าวใจ เพื่อนำไปสู่อำนาจ อุดมการณ์ ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ประชามติ เป็นต้น (3) การสื่อสารนี้อาจเป็นไปในรูปของข่าว เหตุการณ์เสมือนจริง การโฆษณาชวนเชื่อ การเบี่ยงเบนข้อเท็จจริงโดยวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (4) การสื่อสารทางการเมือง เกี่ยวข้องกับการตลาดทางการเมืองโดยเฉพาะกระบวนการเลือกตั้ง การหึงเสียง อันเป็นเครื่องมือสำคัญในระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทน นอกจากนี้บทบาทของสื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารการเมือง ยังเป็นเปรียบเสมือน “ตัวแสดง” ทางการเมืองในการวิพากษ์วิจารณ์ วิเคราะห์ ประเมินบุคคลและสถานการณ์ต่าง ๆ ทางการเมือง เป็นผู้กำกับหรือผู้กำหนดความเป็นจริงทางการเมือง ด้วยการนำเสนอมุมมองทางการเมืองที่แตกต่างกัน ตลอดจนมีอำนาจในการกำหนดระเบียบวาระทางการเมือง ซึ่ง ชนิษฐ ม้าทอง (2560) เสนอว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการทางการเมืองที่มีความสำคัญในการช่วยให้เกิดความเห็นพ้องต้องกัน ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกัน และสร้างค่านิยมและเป้าหมายร่วมกันให้เกิดในสังคม การสื่อสารทางการเมืองจะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารกลับไปกลับมาระหว่างองค์กรทางการเมือง ผู้ปกครองหรือผู้ใต้ปกครอง เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้นจึงทำให้การสื่อสารทางการเมือง เป็นแนวทางการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร ในฐานะที่เป็นเครื่องมือของการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อไปสู่เป้าหมายทางการเมือง ทั้งของระบบรัฐหรือผู้นำโดยอาศัยการสื่อสารและสร้างแนวทางการยอมรับในกลุ่มประชาชนผู้รับสาร (วัฒนา นนทชิต, 2558)

#### 3.2 การหาเสียงทางการเมือง

การหาเสียงเป็นกลไกหนึ่งตามระบอบประชาธิปไตย เพื่อระดมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเมืองและผู้รับสมัครเลือกตั้งให้ประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยแสดงเจตนารมณ์ในทางการเมืองซึ่งครอบคลุมถึงบทบาทการหาเสียงหลักการทั่วไปในการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งและปัญหาในการหาเสียง โดย เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ (2555) ได้นำเสนอกรอบความคิดกลยุทธ์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย ไว้ว่าสิ่งที่น่าสนใจคือการที่กลยุทธ์การหาเสียงของพรรคการเมืองสามารถโน้มน้าวใจ สร้างความมั่นใจ ความศรัทธาในความสามารถ ความผูกพันภักดีกับพรรคการเมือง/ นักการเมือง ด้วยการติดตามการดำเนินการหาเสียงของพรรคการเมืองนั้น ๆ จนจบจนที่ประชาชนที่สนับสนุนไปลงคะแนนเสียงให้ ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ที่พรรคการเมืองทุกขบวนการในการหาเสียงอยู่ทุกขณะโดยอาศัยการโฆษณาหาเสียงเพื่อเอาชนะคู่แข่งซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายยิ่งกว่านั้นการปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งก็ผูกเชื่อมโยงกับเนื้อหาของหาเสียงที่ปรากฏอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ตามสื่อต่าง ๆ ด้วย ทำให้ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้เลือกตั้งได้รับอิทธิพลและผลกระทบจากสื่อ (Media impact) รวมไปถึงมุมมองที่ไม่ดีซึ่งอาจจะเป็นการสร้างกรอบทางความคิดให้ผู้รับสารจนมีอำนาจเหนือผู้รับสาร จึงขึ้นอยู่กับการทำหน้าที่ของตัวสื่อเองเช่นกัน ที่จะป้องกันตัวเองไม่ให้ตกเป็นเครื่องมือของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการหาเสียง การสร้างภาพลักษณ์มีการวางแผนมาก่อนที่จะมีการเลือกตั้ง การซื้อสื่อ การเปิดรับสื่อไม่มีผลเท่าที่ควร เพราะคนส่วนใหญ่ที่มีสิทธิเลือกตั้งมักมีการตัดสินใจก่อนที่จะเปิดรับสื่อมวลชน สื่อต่าง ๆ อาจจะส่งผลกระทบต่อรับรู้และทัศนคติต่อผู้รับสารได้ในระดับหนึ่งแต่ท้ายที่สุดพฤติกรรมลงคะแนนกลับเป็นปัจจัยอื่น ๆ เช่น การติดตามหน้าที่ของพรรคการเมืองหรือนักการเมืองมาก่อน ทำให้มีการตัดสินใจมีมาก่อนแล้ว เพราะฉะนั้นการที่นักการเมืองได้แสดงออกถึงหน้าที่ของตัวเองนโยบายจากทางพรรค หน้าที่หลักของทางพรรค จึงเป็นการโน้มน้าวที่ดีที่สุด

#### 4. อุดมการณ์ทางการเมือง

“อุดมการณ์” หมายถึงระบบระเบียบแนวความคิดที่คนยึดถือเป็นแบบฉบับในการดำเนินชีวิต กล่าวคืออุดมการณ์คือแนวความคิดที่ได้หล่อหลอมกลมกล่อมเกลาย่างดีมีระเบียบ จึงมิใช่ความคิดที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ฉะนั้นอุดมการณ์ย่อมจึงเป็นค่านิยม ทัศนคติ ความดีงามหรือสิ่งอันควรปฏิบัติ แต่อุดมการณ์ที่ว่านี้บุคคลแต่ละคนย่อมจะมีความแตกต่างกันไปอุดมการณ์เป็นลักษณะอย่างหนึ่งของบุคคลที่มีความเชื่อกันว่า ผู้ที่มีอุดมการณ์ย่อมจะปฏิบัติกิจการใด ๆ

ได้บรรลุเป้าหมายได้มากกว่าผู้กระทำกิจการใด ๆ โดยปราศจากอุดมการณ์อุดมการณ์ทางการเมือง (Ideologies) อุดมการณ์เป็นระดับความเห็น (Opinions) ไม่ใช่ระดับความรู้ การมีอุดมการณ์ หมายถึง การมีทัศนคติและการมีความเชื่อ (Beliefs) และศรัทธา (Faith) ต่อเรื่องราวต่าง ๆ ต่อสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ต่อกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งบ่งบอกถึงการมีโลกทัศน์ (Worldview) คือ ความคิดเห็นต่อความเป็นไปของโลก ผู้ยึดถืออุดมการณ์ย่อม มีระดับแห่งความยึดเหนี่ยว ความผูกพัน หรือการแสดงออก ที่แตกต่างกันออกไป แบ่งได้เป็นทุนนิยม (Capitalism) และเสรีนิยม (Liberalism) โดยมีแนวทาง ได้แก่ (1) ค่านิยม (Values) (2) เสนอกรอบสังคมที่ดี (Vision of polity) เช่น ระบบการเมืองที่ดี, ระบอบการเมือง อธิบายสภาวะธรรมชาติของมนุษย์ (Conception of human nature) (3) การกระทำจริง/ การแสดงออกทางการเมือง (Strategy of actions) เช่น อำนาจที่ครอบงำอยู่ (4) เสนอทางแก้ปัญหา/ แนวทางของสังคม (Political tactics) ใช้ระบบตลาดมาควบคุม เปิดเสรีการแข่งขัน การใช้เสียงข้างมากตัดสินความขัดแย้งใช้หลักกฎหมาย หลักเหตุผล ดังนั้น อุดมการณ์ทางการเมือง หมายถึง ระบบความคิดทางการเมืองและความเชื่อในทางการเมืองของนักคิดคนเดียวหรือหลายคน ที่ได้รับอย่างกว้างขวางในสังคมนั้น ๆ ระบบความคิดและความเชื่อนั้นได้หล่อหลอมจนผสมกลมกลืนกลายเป็นกรอบหรือหลักเกณฑ์ของความประพฤติของสมาชิกของสังคมทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคต ให้ขับเคลื่อนไปตามทิศทางของอุดมการณ์ทางการเมืองนั้น ๆ อุดมการณ์ทางการเมืองมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการเมือง เพราะอุดมการณ์ทางการเมืองสามารถยึดกลุ่มชนให้เข้าด้วยกัน ชักจูง โน้มน้าวให้คนทำเพื่ออุดมการณ์ รัฐบาลยังใช้อุดมการณ์ทางการเมืองขยายอำนาจ ยึดอำนาจหรือรักษาอำนาจไว้รวมถึงใช้อุดมการณ์ทางการเมืองสร้างความชอบธรรมให้กับระบบการเมือง (คิด วรฤดี, 2566)

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอุดมการณ์ทางการเมือง คือ อำนาจเป็นของประชาชน ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก รัฐบาลมาจากการเลือกตั้งของประชาชนจึงสามารถตรวจสอบพฤติกรรมในการบริหารประเทศโดยผ่านรัฐสภาได้ การตรวจสอบรัฐบาลในระบอบประชาธิปไตยนั้นสามารถตรวจสอบผ่านผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎรได้ใน 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ตรวจสอบทางกฎหมาย (Legal accountability) 2) ตรวจสอบทางการเมือง (Political accountability) 3) ตรวจสอบทางการคลังหรืองบประมาณ (Financial accountability) ทั้งนี้ อุดมการณ์ทางการเมือง บางครั้งเรียกว่า “จุดยืนทางการเมือง” (Political stance)” หรือ “จริยธรรมทางการเมือง (Political ethics)” หรือ “วัฒนธรรม

ทางการเมือง (Political culture) และหรือ “วุฒิภาวะทางการเมือง (Political maturity)” เพราะสามารถใช้แทนกันได้ ในสังคมประชาธิปไตยของไทยในปัจจุบัน อุดมการณ์ทางการเมือง คือหัวใจสำคัญยิ่งกว่ากฎหมายรัฐธรรมนูญ กล่าวคือ แม้กฎหมายรัฐธรรมนูญจะมีความสำคัญในฐานะเป็นกลไกที่ทรงพลังในระบอบประชาธิปไตย แต่อุดมการณ์ทางการเมืองของนักการเมืองจะพลังมากกว่ากฎหมายรัฐธรรมนูญ ทั้งนี้ อุดมการณ์ทางการเมืองในสังคมประชาธิปไตย ในประเทศที่กำลังพัฒนา มีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ เป็นเพียงวาทกรรมเท่านั้น โอกาสที่จะเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมคงเป็นเรื่องยาก เพราะประเทศที่กำลังพัฒนา มีจุดอ่อนตรงที่โครงสร้างอำนาจ กล่าวคือ นักการเมืองส่วนใหญ่สนใจอำนาจและผลประโยชน์ทางการเมืองมากกว่าอุดมการณ์ทางการเมือง จึงมักลงเอยด้วยการทุจริตคอร์รัปชัน การซื้อสิทธิ์และขายเสียง เมื่อนักการเมืองทะเลาะกันและขัดแย้งกันเรื่องผลประโยชน์ทางการเมือง ฝ่ายกองทัพหรืออำมาตย์ก็ฉกฉวยโอกาสด้วยการยึดอำนาจ ดังกรณีที่ประชาธิปไตยในสังคมไทยซึ่งตลอดระยะเวลา 85 ปีเศษ มีรัฐธรรมนูญไม่น้อยกว่า 19 ฉบับ และมีการรัฐประหารมาหลายครั้ง (กิตติทัศน์ ผกาทอง, 2561)

ในงานวิจัยของ สุรินทร์ เด่นดวง (2564) ได้นำเสนอ อุดมการณ์ทางการเมืองไว้ 7 ลักษณะ ได้แก่ 1) อุดมการณ์ประชาธิปไตย ซึ่งยึดถือเอาเสียงข้างมากของประชาชน เจตนารมณ์ของประชาชน ความเสมอภาคและสิทธิเสรีภาพของประชาชน ประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจในการตัดสินใจทางการเมืองซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ คือ (1) การมีส่วนร่วมของพลเมือง (2) ความเสมอภาค (3) อิสรภาพและเสรีภาพ (4) ระบบของการเป็นตัวแทน (5) ระบบเลือกตั้ง 2) อุดมการณ์สังคมนิยม ที่แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ สังคมนิยมคอมมิวนิสต์ สังคมนิยมประชาธิปไตย ซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 7 ประการ คือ (1) ชุมชน (2) ภราดรภาพ (3) ความเสมอภาคทางสังคม (4) ความจำเป็น (5) ชนชั้นทางสังคม (6) กรรมสิทธิ์ร่วม (7) ความก้าวหน้า 3) อุดมการณ์ชาตินิยมซึ่งเป็นลัทธิที่สร้างความรักของบุคคลต่อบ้านเกิดเมืองนอนของตนรวมทั้งบุคคลที่มีเชื้อชาติภาษาและประวัติศาสตร์ร่วมกัน ประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 7 ประการ คือ (1) ธรรมชาติของมนุษย์ (2) ภาษา (3) วัฒนธรรมโรมานติก (4) รัฐประชาชาติ (5) อำนาจอธิปไตยของปวงชน (6) เศรษฐกิจแห่งชาติ (7) ชาตินิยมที่เป็นองคาพยพ 4) อุดมการณ์เสรีนิยม มีรากฐานมาจากระบอบประชาธิปไตยที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเป็นทุนนิยม อุดมการณ์เสรีนิยม ได้มีการจำกัดอำนาจของรัฐที่ใช้เหนือสังคมทุกรูปแบบ แต่มุ่งเน้นช่วยเหลือเรื่องระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมในระบอบทุนนิยม

ให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถเดินหน้าต่อไปได้ ประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 7 ประการ (เกษียร เตชะพีระ, 2563) คือ (1) เสรีภาพหรืออิสรภาพ (2) ความมีเหตุผล (3) บัณฑิตภาพ (4) ความก้าวหน้า (5) ความสามารถเข้าสังคมได้ (6) ผลประโยชน์ทั่วไป (7) อำนาจ 5) อุดมการณ์ฟาสซิสต์ เป็นอุดมการณ์ที่ให้ความสำคัญกับอำนาจแบบเบ็ดเสร็จนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งมุ่งเน้นการใช้อำนาจในการควบคุมดูแลประชาชนให้ปฏิบัติตามที่รัฐต้องการ ฟาสซิสต์เป็นอุดมการณ์ที่ลดความเป็นอิสระเสรีภาพของประชาชนให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่รัฐจะพึงพยายามทำได้ ประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ (1) สมบูรณ์นิยม เป็นการให้อำนาจอย่างเต็มที่กับผู้ปกครองซึ่งมองว่าเป็นวิธีเดียวที่จะทำให้สังคมเกิดระเบียบได้ (2) อินทรีย์ภาวนิยม เชื่อว่ารัฐนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญกว่าปัจเจกชนเพราะเหตุว่าปัจเจกชนนั้นมิได้อยู่ได้เพราะรัฐและมีบทบาทหน้าที่ได้ก็ต่อเมื่ออยู่ในรัฐ ปัจเจกชนขาดจากรัฐแล้วก็จะหมดความหมายลงทันที 6) อุดมการณ์อนุรักษ์นิยมให้ความสำคัญกับความมั่นคงของสถาบันทางศาสนา และวัฒนธรรมอย่างมาก แต่เชื่อว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลยแต่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้ประชาชนสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 7 ประการ คือ (1) ประเพณี (2) ปฏิบัตินิยม (3) ความไม่สมบูรณ์ของมนุษย์ (4) อินทรีย์ภาพ (5) ลำดับชั้น (6) อำนาจหน้าที่ (7) ทรัพย์สิน (8) การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยและเสถียรภาพ (9) ธรรมชาติของมนุษย์มีแก่นแท้ไม่ตี (10) ประสพการณ์สำคัญกว่าหลักการ (11) การเปลี่ยนแปลงควรค่อยเป็นค่อยไป (12) เสรีภาพสำคัญกว่าความเสมอภาค (13) การมีรัฐบาลเป็นสิ่งจำเป็น 7) อุดมการณ์อนาธิปไตย ให้ความสำคัญเน้นที่กฎของธรรมชาติรวมไปถึงความเท่าเทียมของมนุษย์ เป็นอุดมการณ์ที่ไม่นิยมการถูกบังคับ กล่าวคือไม่ต้องการให้รัฐเข้ามาก้าวร้าวในการดำรงชีวิตประจำวัน เมื่อตนคิดว่าถูกบังคับ หรือไม่ได้รับความเป็นธรรมนั้นก็มักจะก่อจลาจล ร่วมไปถึงการกระทำร่วมหมู่เพื่อประท้วงเรียกร้องความเป็นธรรมให้กับตน หรือกลุ่มตน

## ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis research) ในการเก็บข้อมูลนโยบายจากป้ายหาเสียง เพื่อนำมาศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองไทยจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตกรุงเทพมหานคร ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 ด้วยการวิเคราะห์ผ่านข้อความที่แสดงถึงนโยบายในการพัฒนาประเทศในมิติต่าง ๆ ของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง ด้วย

กรอบแนวคิดการวิเคราะห์นโยบาย การสื่อสารทางการเมือง การสื่อสารทางการตลาด เป็นต้น

โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเอกสาร (Documentary) จากเนื้อหาสารหรือข้อความซึ่งปรากฏในกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นแผนป้ายหาเสียงเลือกตั้ง ปี 2566 ของพรรคการเมืองที่ติดตั้งบริเวณริมทางเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีการบันทึกภาพถ่ายจากป้ายหาเสียงจากพรรคการเมืองทุกพรรคในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งแต่ละป้ายต้องมีเนื้อหาที่ใช้ในการหาเสียงไม่ซ้ำกัน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดในการพัฒนาประเทศ

ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลด้วยการถ่ายภาพป้ายหาเสียงที่ติดตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตที่ติดต่อกับปริมณฑล เช่น จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนครปฐม จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรสาคร เป็นต้น โดยเลือกบันทึกภาพป้ายหาเสียงรูปแบบละ 1 ภาพ เท่านั้น จากนั้นจึงนำป้ายหาเสียงมาวิเคราะห์ข้อความหาเสียงเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับมิติในการพัฒนาประเทศ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ มิติด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มิติด้านการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นต้น ตลอดจนนโยบายด้านอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง ทั้งนี้ ป้ายหาเสียง 1 ป้าย จึงอาจปรากฏข้อความหาเสียงเชิงนโยบายมากกว่า 1 นโยบาย จึงทำให้จำนวนป้ายหาเสียงซึ่งเป็นตัวอย่างที่นำมาศึกษาไม่จำเป็นต้องเท่ากับจำนวนนโยบายที่พรรคการเมืองใช้หาเสียง

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา

จากผลการวิจัย พบว่า จำนวนป้ายหาเสียงที่ผู้วิจัยรวบรวมได้และนำมาใช้ในการศึกษามีจำนวน 129 ป้าย ซึ่งปรากฏนโยบายหาเสียงของพรรคการเมือง จำนวน 17 พรรค รวมข้อความเชิงนโยบายทั้งสิ้น จำนวน 131 ข้อความ โดยเป็นข้อความของพรรคการเมืองต่าง ๆ ได้แก่ (1) พรรคก้าวไกล จำนวน 26 ข้อความ (2) พรรคเพื่อไทย จำนวน 18 ข้อความ (3) พรรคไทยสร้างไทย จำนวน 17 ข้อความ (4) พรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 9 ข้อความ (5) พรรครวมไทยสร้างชาติ จำนวน 14 ข้อความ (6) พรรคพลังประชารัฐ จำนวน 7 ข้อความ (7) พรรคภูมิใจไทย จำนวน 8 ข้อความ (8) พรรคไทยภักดี จำนวน 6 ข้อความ (9) พรรคชาติไทยพัฒนา จำนวน 4 ข้อความ (10) พรรคเสรีรวมไทย

จำนวน 10 ข้อความ (11) พรรคเปลี่ยน จำนวน 2 ข้อความ (12) ชาติพัฒนาถั่ว จำนวน 6 ข้อความ (13) พรรคเพื่อชาติ จำนวน 9 ข้อความ (14) พรรคไทยเป็นหนึ่ง จำนวน 2 ข้อความ (15) พรรคเส้นด้าย จำนวน 1 ข้อความ (16) พรรคเสมอภาค จำนวน 2 ข้อความ (7) พรรคสามัญชน จำนวน 1 ข้อความ

### 2. การวิเคราะห์นโยบายจากป้ายหาเสียงเลือกตั้ง



ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างป้ายหาเสียงพรรคก้าวไกล ที่มา: ภาพโดยคณะผู้ร่วมวิจัย



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างป้ายหาเสียงพรรคเพื่อไทย ที่มา: ภาพโดยคณะผู้ร่วมวิจัย



ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างป้ายหาเสียงพรรคไทยสร้างไทย ที่มา: ภาพโดยคณะผู้ร่วมวิจัย

## ตามมิติในการพัฒนาประเทศ

### 2.1 ด้านเศรษฐกิจ

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านเศรษฐกิจ เป็นด้านที่พรรคการเมืองใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งมากเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 31 ข้อความ จากพรรคการเมืองจำนวน 13 พรรค โดยพรรคที่มีการนำเสนอกลยุทธ์ มิติด้านเศรษฐกิจ มากที่สุด คือ พรรคเพื่อไทย จำนวน 7 ข้อความ รองลงมา คือ พรรคก้าวไกล เท่ากันกับพรรครวมไทยสร้างชาติ เท่ากันกับพรรคชาติพัฒนาถ้ำ จำนวน 4 ข้อความ

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านเศรษฐกิจ พบว่า สามารถจำได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1) เพิ่มค่าแรง เงินเดือน รายได้ประจำ ได้แก่ (1) ค่าแรงขั้นต่ำปรับขึ้นทุกปี เริ่มต้นวันละ 450 บาท (2) ค่าแรงขั้นต่ำ 600 บาท (3) ปริญาตรี 25,000 บาท ต่อเดือน ภายในปี 2570 (4) รายได้ไม่ต่ำกว่า 200,000 บาทต่อปี (5) เบี้ยผู้สูงอายุ 1,000 บาทต่อเดือน 12,000 บาทต่อปี (6) สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ผู้สูงอายุ (7) สายอาชีพเงินเดือนเท่า ป.ตรี

2) ลดค่าไฟฟ้าและราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ได้แก่ (1) เพื่อไทยเป็นรัฐบาล ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าแก๊ส ลดราคาทันที (2) ค่าไฟ ต้องไม่เกิน 3.50 บาทต่อหน่วย (3) ไฟฟ้าราคาถูก ผู้มีรายได้น้อยและเกษตรกร ค่า Ft เป็น 0 (4) เบนซินลด 18 บาท ดีเซลลด 6.30 บาท ทำทันที (5) ฟรีโซล่าเซลล์ ลดค่าไฟฟ้า บ้านละ 450 บาท ต่อเดือน (6) ค่าไฟครัวเรือน 2.50 ต่อหน่วย (7) น้ำมัน ไฟฟ้า ราคาถูก สำหรับประชาชน (8) รื้อโครงสร้างพลังงาน น้ำมัน แก๊ส ไฟฟ้า ถูกลง

3) ลดหย่อนภาษี ได้แก่ (1) ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคล 150,000 บาทต่อปี ด้วยภาษีมูลค่าเพิ่ม (2) ลดภาษีบุคคล เงินเดือน 40,000 บาทต่อเดือน

4) การให้เงินกู้และเงินทุนในการประกอบอาชีพ ได้แก่ (1) เงินด่วนประชาชน กู้ 5,000-50,000 บาท ดอกเบี้ย 1 เปอเซ็นต์ต่อเดือน (2) กองทุนฉุกเฉินประชาชน 3 หมื่นล้านบาท (3) สินเชื่อประกอบอาชีพ 50,000 (4) ธนาคารโอกาส 40,000 ล้านบาทต่อปี ส่งต่อโอกาสให้คนหาเช้ากินค่ำ (5) ยกเลิกแบล็กลิสต์บูโร รื้อระบบสินเชื่อ (6) ทุนธุรกิจสร้างสรรค์ 1,000,000 บาท

5) การให้เงินสวัสดิการและเงินอุดหนุนทางเศรษฐกิจ

ได้แก่ (1) ค่ารักษาพยาบาลตนเองและพ่อแม่ 60,000 บาท ต่อปี (2) หวยใบเสร็จ SME ชื่อของรายย่อย ลุ้นเงินล้าน (3) รัฐช่วย SME 6 เดือนแรก (4) เดิมเงินดิจิทัล 10,000 บาท ให้ทุกคนใช้จ่ายใกล้บ้าน 4 กิโลเมตร (5) หวยบำเหน็จ เปลี่ยนเงินหวยเป็นเงินออม (6) หวยโอกาส เพิ่มรางวัลที่ 1 100 ล้านใบ สร้างเงินเข้ารัฐ 55,000 ล้านบาทต่อปี

6) การสร้างโอกาสทางอาชีพและเศรษฐกิจ ได้แก่ (1) ราคาพืชผลขึ้นยกแผงเพื่อไทยเคยทำได้และจะทำอีก (2) เร่งรัดออกโฉนด แกกกฎหมาย พิสูจน์สิทธิจัดทำที่ดิน 50 ล้าน (3) เร่งรัดออกโฉนด แกกกฎหมาย พิสูจน์สิทธิจัดทำที่ดิน 50 ล้าน (4) สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ผู้สูงอายุ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า นโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธ์การสื่อสารด้านเศรษฐกิจในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารให้เห็นวิธีการลดค่าใช้จ่ายของประชาชนไม่ว่าจะเป็นการลดภาษี การลดราคาพลังงานไฟฟ้า ร่วมกับความพยายามในการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ตลอดจนการแจกเงินสวัสดิการในรูปแบบต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม การนำเสนอผ่านกลยุทธ์การสื่อสารด้านเศรษฐกิจที่พบน้อย คือ การสร้างโอกาสทางอาชีพและเศรษฐกิจ เช่น การสร้างงาน การส่งเสริมแรงงาน และแนวทางการสร้างรายได้อย่างเป็นทางการ

ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกนโยบายจากปัญหาเสี่ยง

เลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (ด้านเศรษฐกิจ)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
ด้านเศรษฐกิจ	31 ข้อความ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. หวยใบเสร็จ SME ชื่อของรายย่อย ลุ้นเงินล้าน</li> <li>2. ค่าแรงขั้นต่ำปรับขึ้นทุกปี เริ่มต้นวันละ 450 บาท</li> <li>3. รัฐช่วย SME 6 เดือนแรก</li> <li>4. ค่าแรงขั้นต่ำ 600 บาท</li> <li>5. ปริญาตรี 25,000 บาทต่อเดือน ภายในปี 2570</li> <li>6. เติมเงินดิจิทัล 10,000 บาท ให้ทุกคนใช้จ่ายใกล้บ้าน 4 กิโลเมตร</li> <li>7. รายได้ไม่ต่ำกว่า 200,000 บาทต่อปี</li> <li>8. ราคาพืชผลขึ้นยกแผงเพื่อไทยเคยทำได้และจะทำอีก</li> <li>9. เพื่อไทยเป็นรัฐบาล ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าแก๊ส ลดราคาทันที</li> <li>10. เร่งรัดออกโฉนด แก่กฎหมาย พิสูจน์สิทธิจัดหาที่ทำกิน 50 ล้าน</li> <li>11. หวยบำเหน็จ เปลี่ยนเงินหวยเป็นเงินออม</li> <li>12. ค่าไฟ ต้องไม่เกิน 3.50 บาทต่อหน่วย</li> <li>13. เงินด่วนประชาชน กู้ 5,000-50,000 บาท ดอกเบี้ย 1 เปอเซ็นต์ ต่อเดือน</li> <li>14. ค่ารักษาพยาบาลตนเองและพ่อแม่ 60,000 บาทต่อปี</li> <li>15. กองทุนฉุกเฉินประชาชน 3 หมื่นล้านบาท</li> <li>16. ไฟฟ้าราคาถูก ผู้มีรายได้น้อยและเกษตรกร ค่า Ft เป็น 0</li> <li>17. เบี้ยผู้สูงอายุ 1,000 บาทต่อเดือน 12,000 บาทต่อปี</li> <li>18. เบนซินลด 18 บาท ดีเซลลด 6.30 บาท ทำทันที</li> <li>19. สินเชื่อประกอบอาชีพ 50,000</li> <li>20. ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคล 150,000 บาทต่อปี ด้วยภาษีมูลค่าเพิ่ม</li> <li>21. ฟรีโซล่าเซลล์ ลดค่าไฟฟ้า บ้านละ 450 บาท ต่อเดือน</li> <li>22. ค่าไฟครัวเรือน 2.50 ต่อหน่วย</li> <li>23. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ผู้สูงอายุ</li> <li>24. น้ำมัน ไฟฟ้า ราคาถูก สำหรับประชาชน</li> <li>25. หวยโอกาส เพิ่มรางวัลที่ 1 100 ล้านใบ สร้างเงินเข้ารัฐ 55,000 ล้านบาทต่อปี</li> <li>26. ธนาคารโอกาส 40,000 ล้านบาทต่อปี ส่งต่อโอกาสให้คนหาเช้ากินค่ำ</li> <li>27. ยกเลิกแบล็กลิสต์บูโร รื้อระบบสินเชื่อ</li> <li>28. ลดภาษีบุคคล เงินเดือน 40,000 บาทต่อเดือน</li> <li>29. ทุนธุรกิจสร้างสรรค์ 1,000,000 บาท</li> <li>30. รื้อโครงสร้างพลังงาน น้ำมัน แก๊ส ไฟฟ้า ถูกลง</li> <li>31. สายอาชีพเงินเดือนเท่า ป.ตรี</li> </ol>

## 2.2 ด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสียงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ เป็นด้านที่พรรคการเมืองใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งมาก เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 35 ข้อความ จากพรรคการเมือง จำนวน 14 พรรค โดยพรรคที่มีการนำเสนอกลยุทธ์ด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ มากที่สุด คือ พรรคเพื่อไทย เท่ากันกับ พรรคก้าวไกล จำนวน 6 ข้อความ รองลงมา คือ พรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 4 ข้อความ

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสียงเลือกตั้ง โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ พบว่า สามารถจำได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1) สวัสดิการสังคม ได้แก่ (1) สิทธิลาคลอด 180 วัน พ่อแม่แบ่งกันได้ (2) ทำงานไม่เกิน 40 ชม. ต่อสัปดาห์ (3) ยกระดับ 30 บาท บัตรประชาชนใบเดียวรักษาทั่วไทย จองคิวได้เร็ว วัคซีนมะเร็งปากมดลูกฟรี ซิมเศร้ารักษาใกล้ (4) ตรวจสอบสุขภาพฟรี (5) ฟรีนมโรงเรียน 365 วัน (6) ทำทันที บัตรประชารัฐ 700 ผู้ถือบัตรรับเพิ่มประกันชีวิต 200,000 บาท (7) ทำทันที เพิ่มเบี้ยผู้สูงอายุ 80 ปี รับ 5,000 บาทต่อเดือน (8) 70 ปี รับ 4,000 บาทต่อเดือน 60 ปี รับ 3,000 บาทต่อเดือน (9) รักษามะเร็งฟรี (10) เบี้ยคนพิการเดือนละ 3,000 บาท (11) ตรวจสอบสุขภาพฟรี ทุก 4 ปี รู้ก่อน รักษาทันป้องกันได้ (12) นักเรียน นักศึกษา ขึ้นรถประจำทางรถไฟฟ้าฟรี

2) การศึกษาและเรียนรู้ ได้แก่ (1) WOW ประเทศไทย ต้องตามเทรนด์โลกให้ทันได้เวลา (2) เรียนฟรีจนจบปริญญาตรี และยกเลิหนี้ กยศ. (3) การศึกษา ทุกที่ ทุกเวลา เรียนได้ไม่จำกัด ด้วยแพลตฟอร์มใหม่ (4) ระยะเวลาเรียน 3 ปี

3) ปรับปรุงกฎหมาย ได้แก่ (1) เห็นต่างไม่ติดคุก ยุติกฎหมายปิดปากประชาชน (2) สัญญาจ้างเป็นธรรม (3) รื้อกฎหมายที่รังแกประชาชน และที่เป็นอุปสรรคการทำกิน (4) ออกกฎหมายคุ้มครองไรเดอร์ ร้านค้า ผู้ใช้บริการ ได้รับสิทธิ์และคุ้มครองอย่างเท่าเทียม (5) ปกป้องสถาบัน (6) ปรับปรุงระเบียบ สถานบันเทิง สายปาร์ตี้ อายุ 18 ปี เข้าผับได้ (7) ผับปิด ที 2 (8) ยกเลิก 112 116 (9) Sex

Worker / Sex Creator / Sex Toyถูกกฎหมาย (10) ปฏิรูปศาล ลงนามศาลอาญาระหว่างประเทศ (11) รัฐธรรมนูญใหม่ทั้งฉบับปลดล็อกประเทศไทย

4) สร้างความเท่าเทียมทางสังคม ได้แก่ (1) สร้างสังคมเท่าเทียม(2) ไม่กั้มหัวให้กับอำนาจและนายทุน (3) หยุดละเมิดสิทธิเยาวชน (4) ยกเลิกชุด นร./ นศ. ลดค่าใช้จ่าย (5) ขอล้านเสียง ทวงคืน ความเสมอภาคและศักดิ์ศรีของสตรีและLGBTQAN+ในสภา

5)ปราบปรามยาเสพติด ได้แก่ (1) เพื่อไทยมา ยาเสพติดต้องหมดไป คืนชีวิตปลอดภัยให้ประชาชน (2) เพื่อคินลูกที่ติดยาให้กับพ่อแม่

6) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ (1) เร่งสร้างคนทำงานทักษะสูงสร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง (2) หยุดทุนผูกขาด (3) ปราบทุจริต พิชิตคนพาล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า นโยบายที่นำเสนอ นโยบายผ่านกลยุทธ์การสื่อสารด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ ในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารให้เห็นถึงการจัดสวัสดิการทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ที่รัฐจัดสรรให้กับประชาชนในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพและกฎหมายเกี่ยวกับสถาบันสำคัญของประเทศ ตลอดจนการสร้างความเท่าเทียมกันทางสังคมให้กับคนกลุ่มต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การปราบปรามยาเสพติดยังคงเป็นนโยบายที่สำคัญของพรรคการเมืองหลายพรรคในการหาเสียงครั้งนี้ เช่นเดียวกับกับนโยบายด้านการศึกษาที่ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารของพรรคการเมืองขนาดกลางและขนาดเล็ก

ตารางที่ 2 แสดงการจำแนกนโยบายจากปัญหาเสียงเลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (ด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
ด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์	37	<ol style="list-style-type: none"> <li>สิทธิลาคลอด 180 วัน พ่อแม่แบ่งกันได้</li> <li>เห็นต่างไม่ติดคุก ยุติกฎหมายปิดปากประชาชน</li> <li>สัญญาจ้างเป็นธรรม</li> <li>ทำงานไม่เกิน 40 ชม. ต่อสัปดาห์</li> <li>ยกระดับ 30 บาท บัตรประชาชนใบเดียวรักษาทั่วไทย จองคิวได้เร็ว วัคซีนมะเร็งปากมดลูกฟรี ซิมเศร้ารักษาใกล้</li> <li>เพื่อไทยมา ยาเสพติดต้องหมดไป คืนชีวิตปลอดภัยให้ประชาชน</li> <li>เร่งสร้างคนทำงานทักษะสูงสร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง</li> <li>เพื่อคินลูกที่ติดยาให้กับพ่อแม่</li> <li>ลดเวลาเรียน 3 ปี</li> <li>ไม่กั้มหัวให้กับอำนาจและนายทุน</li> </ol>

ตารางที่ 2 แสดงการจำแนกนโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (ด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์) (ต่อ)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
		<ol style="list-style-type: none"> <li>11. ตรวจสอบสุขภาพรักษาฟรี</li> <li>12. ฟรีนมโรงเรียน 365 วัน</li> <li>13. สร้างสังคมเท่าเทียม</li> <li>14. รื้อกฎหมายที่รังแกประชาชน และที่เป็นอุปสรรคการทำกิน</li> <li>15. ทำทันที บัตรประชาชนรัฐ 700 ผู้ถือบัตรรับเพิ่มประกันชีวิต 200,000 บาท</li> <li>16. ทำทันที เพิ่มเบี้ยผู้สูงอายุ 80 ปี รับ 5,000 บาทต่อเดือน</li> <li>17. 70 ปี รับ 4,000 บาทต่อเดือน 60ปี รับ 3,000 บาทต่อเดือน</li> <li>18. รักษาแม่เร้งฟรี</li> <li>19. หยุดทุนผูกขาด</li> <li>20. ปกป้องสถาบัน</li> <li>21. เบี้ยคนพิการเดือนละ 3,000 บาท</li> <li>22. WOW ประเทศไทย ต้องตามเทรนด์โลกให้ทันได้เวลา</li> <li>23. เรียนฟรีจนจบปริญญาตรี และยกเลิกลูกนี้ กยศ.</li> <li>24.ปราบทุจริต พิชิตคนพาล</li> <li>25. หยุดละเมิดสิทธิเยาวชน</li> <li>26. ยกเลิกชุด นร./ นศ. ลดค่าใช้จ่าย</li> <li>27. ออกกฎหมายคุ้มครองไรเดอร์ ร้านค้า ผู้ใช้บริการ ได้รับสิทธิ์และคุ้มครองอย่างเท่าเทียม</li> <li>28. ตรวจสอบสุขภาพฟรี ทุก 4 ปี รู้ก่อน รักษาทันป้องกันได้</li> <li>29. การศึกษา ทุกที่ ทุกเวลา เรียนได้ไม่จำกัด ด้วยแพลตฟอร์มใหม่</li> <li>30. Sex Worker / Sex Creator / Sex Toy ถูกกฎหมาย</li> <li>31. ปรับปรุงระเบียบ สถานบันเทิง สายปาร์ตี้ อายุ 18ปี เข้าผับได้</li> <li>32. ผับปิด ดี 2</li> <li>33. ขอล้านเสียง ทวงคืน ความเสมอภาคและศักดิ์ศรีของสตรี และ LGBTQAN+ ในสภา</li> <li>34. นักเรียน นักศึกษา ขึ้นรถประจำทางรถไฟฟ้าฟรี</li> <li>35. ยกเลิก 112 116</li> <li>36. ปฏิรูปศาล ลงนามศาลอาญาระหว่างประเทศ</li> <li>37. รัฐธรรมนูญใหม่ทั้งฉบับปลดล็อกประเทศไทย</li> </ol>

### 2.3 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นด้านที่พรรคการเมืองใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งน้อยที่สุด จำนวน 6 ข้อความ จากพรรคการเมืองจำนวน 5 พรรค โดยพรรคที่มีการนำเสนอกลยุทธ์ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด คือ พรรคเพื่อไทย จำนวน 2 ข้อความ รองลงมา คือ พรรคประชาธิปัตย์ เท่ากันกับพรรคพลังประชารัฐ เท่ากันกับ พรรคภูมิใจไทย เท่ากันกับพรรคเพื่อชาติ จำนวน 1 ข้อความ

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์พบว่า สามารถจำได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) การแก้ไขมลพิษทางอากาศ ได้แก่ (1) ทวงคืน อากาศสะอาด แก้ปัญหา PM2.5 ทุกต้นตอ (2) ลดฝุ่น PM2.5 คือ วาระแห่งชาติ (3) ลดมลพิษ เพิ่มคุณภาพชีวิตให้คนไทยทุกคน

2) ปัญหาน้ำท่วมและภัยแล้ง ได้แก่ (1) สร้างประตูน้ำ สร้างแก้มลิง แก้น้ำท่วมอย่างยั่งยืน (2) มีเราไม่มีแล้ง มีน้ำไม่มีจน ทำทันที เพิ่มพื้นที่ชลประทาน มีฝั้่งน้ำและแหล่งน้ำทุกชุมชน-หมู่บ้าน บริหารการจัดการน้ำทั้งระบบ

3) การเพิ่มพื้นที่สีเขียว ได้แก่ เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั่วประเทศ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า นโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงปัญหาที่สร้างผลกระทบมาเป็นระยะเวลายาวนาน เช่น ปัญหาภัยแล้งและปัญหาน้ำท่วม และปัญหามลพิษทางอากาศ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วงไม่กี่ปี คือ ปัญหาฝุ่น PM2.5 อย่างไรก็ตาม กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่เสี่ยงซึ่งมีมลภาวะและสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษสูงและมีความจำเป็นต้องฟื้นฟูอย่างเร่งด่วน แต่กลับพบว่า พรรคการเมือง ต่าง ๆ มีการใช้กลยุทธการสื่อสารด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับนโยบายใน มิติด้านอื่น ๆ

**ตารางที่ 3** แสดงการจำแนกนโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทวงคืน อากาศสะอาด แก้ปัญหา PM2.5 ทุกต้นตอ</li> <li>2. เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั่วประเทศ</li> <li>3. สร้างประตูน้ำ สร้างแก้มลิง แก้น้ำท่วมอย่างยั่งยืน</li> <li>4. มีเราไม่มีแล้ง มีน้ำไม่มีจน ทำทันที เพิ่มพื้นที่ชลประทาน มีฝั้่งน้ำและแหล่งน้ำทุกชุมชน-หมู่บ้าน บริหารการจัดการน้ำทั้งระบบ</li> <li>5. ลดมลพิษ เพิ่มคุณภาพชีวิตให้คนไทยทุกคน</li> <li>6. ลดฝุ่น PM2.5 คือ วาระแห่งชาติ</li> </ol>

#### 2.4 ด้านการบริหารจัดการภาครัฐ

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธด้านการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นด้านที่พรรคการเมืองใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งลำดับที่ 4 จำนวน 21ข้อความ จากพรรคการเมือง จำนวน 7 พรรค โดยพรรคที่มีการนำเสนอกลยุทธ ด้านการบริหารจัดการภาครัฐ มากที่สุด คือ พรรคก้าวไกล จำนวน 7 ข้อความ รองลงมา คือ พรรคเสรีรวมไทย จำนวน 6 ข้อความ

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์นโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธการสื่อสารด้านการบริหารจัดการภาครัฐพบว่า สามารถทำได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) การแก้ปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบได้แก่ (1) รัฐบาลมีความโปร่งใสมี AIเพื่อจับคนโกง คนที่ให้ความร่วมมือปลอดภัย (2) ประกาศสงครามกับคอร์รัปชัน (3) จะเดินหน้าต่อสู้กับความทุจริต (4) ปกป้องปราบโกง แก้งจน (5) ประเทศไทยมีทางเลือก ไม่โกง ไม่โกง (6) เลือกไทยรักดีมาปราบโกงปราบโกงเท่ากับแก้งจน

2) การปรับปรุงและพัฒนาองค์กรทางทหารและตำรวจได้แก่ (1) เลิกตัว เส้นสาย หยุดส่วย รีดไถ ตำรวจอยู่ข้างประชาชน (2) ยกเลิกการเกณฑ์ทหาร (3) เพิ่มสวัสดิการให้ทหารชั้นผู้น้อย (4) กองทัพห้ามยุ่งกับการเมือง (5) ปิดสวิตช์ 3 ป. เอาทหารออกจากการเมือง (6) ยกเลิกจับใบดำใบแดง (7) สร้างทหารมืออาชีพ (8) ลดอิทธิพลทหาร ล้างตำรวจสีเทา (9) ห้ามคนเกี่ยวข้องปฏิบัติ ไม่เป็นกลาง ถูกถอดถอน (10) เพิ่มอำนาจปลดองค์กรอิสระ

3) การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภาครัฐ ได้แก่ (1) ไม่ใช่เงินหลวงเพื่อโปรโมทตัวเอง (2) 24 ชั่วโมง 7 วัน เราพร้อมดูแลคนกรุงเทพฯ (3) โละองค์กรอิสระ เลิก ส.ว. ลากตั้ง (5) เพิ่มอำนาจปลดองค์กรอิสระ (6) คินงบประมาณให้ประชาชน (7) ราชการมือถือ 1 คำขอ จบครั้งเดียว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า นโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านการบริหารจัดการภาครัฐในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรทางทหารและตำรวจ ทั้งในนโยบายการลดอำนาจของทหารและตำรวจ การแยกทหารและตำรวจออกจากการเมือง รวมทั้งการปรับปรุงโครงสร้างและสวัสดิการทหาร ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองที่แสดงจุดยืนประชาธิปไตยแบบเสรีนิยมอย่างเด่นชัด เช่น พรรคก้าวไกล แต่ในทางตรงกันข้าม กลับไม่

พบนโยบายเหล่านี้ในการศึกษาครั้งนี้ จากพรรคการเมืองที่แสดงจุดยืนแบบอนุรักษ์นิยม เช่น พรรคพลังประชารัฐ พรรครวมไทยสร้างชาติ หรือแม้แต่พรรคเพื่อไทยที่ประกาศตัวเป็นพรรคการเมืองฝ่ายประชาธิปไตย แต่ข้อสังเกตหนึ่งของผู้วิจัย พบว่า พรรคเสรีรวมไทย ซึ่งเป็นพรรคเล็กแต่กลับมีนโยบายหาเสียงที่เน้นการปราบการทุจริตและการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรทางทหารและตำรวจที่เด่นชัดใน ขณะที่หัวหน้าพรรคเป็นอดีตนายตำรวจระดับสูง

**ตารางที่ 4** แสดงการจำแนกนโยบายจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (มิติด้านการบริหารจัดการภาครัฐ)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
ด้านการบริหารจัดการภาครัฐ	21	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เลิกตัว เส้นสาย หยุดส่วย รีดไถ ตำรวจอยู่ข้างประชาชน</li> <li>2. รัฐบาลมีความโปร่งใสมี AI เพื่อจับคนโกง คนที่ให้ความร่วมมือปลอดภัย</li> <li>3. ไม่ใช่เงินหลวงเพื่อโปรโมทตัวเอง</li> <li>4. ยกเลิกการเกณฑ์ทหาร</li> <li>5. เพิ่มสวัสดิการให้ทหารชั้นผู้น้อย</li> <li>6. กองทัพห้ามยุ่งกับการเมือง</li> <li>7. ปิดสวิทช์ 3 ป. เอาทหารออกจากการเมือง</li> <li>8. ยกเลิกจับใบดำใบแดง</li> <li>9. สร้างทหารมืออาชีพ</li> <li>10. ประกาศสงครามกับคอร์รัปชัน</li> <li>11. จะเดินหน้าต่อสู้กับความทุจริต</li> <li>12. 24 ชั่วโมง 7 วัน เราพร้อมดูแลคนกรุงเทพฯ</li> <li>13. ปกป้อง ปราบโกง แก้งจน</li> <li>14. ประเทศไทยมีทางเลือก ไม่โกง ไม่โกง</li> <li>15. เลือกไทยภักดีมาปราบโกง ปราบโกงเท่ากับแก้งจน</li> <li>16. โละองค์กรอิสระ เลิก ส.ว. ลากตั้ง</li> <li>17. ลดอิทธิพลทหาร ล้างตำรวจสีเทา</li> <li>18. ห้ามคนเกี่ยวข้องปฏิบัติ ไม่เป็นกลาง ถูกถอดถอน</li> <li>19. เพิ่มอำนาจปลดองค์กรอิสระ</li> <li>20. คินงบประมาณให้ประชาชน</li> <li>21. ราชการมือถือ 1 คำขอ จบครั้งเดียว</li> </ol>

## 2.5 ด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์นโยบายจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสาร ด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง เป็นด้านที่พรรคการเมืองใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง มากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 จำนวน 38 ข้อความ จากพรรคการเมือง จำนวน 11 พรรค โดยพรรคที่มีการนำเสนอกลยุทธ์ด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง มากที่สุด คือ พรรคก้าวไกล เท่ากันกับ พรรคพรรคไทยสร้างไทย จำนวน 8 ข้อความ

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์นโยบายจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง พบว่า สามารถจำได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้แก่ (1) กาก้าวไกลแล้วประเทศไทยจะไม่เหมือนเดิม (2) กาก้าวไกลเลือกคนใหม่เพื่อไปเปลี่ยนประเทศไทย (3) ก้าวไกลไปด้วยกัน (4) เลือกเพื่อไทยให้ แลนด์สไลด์ (5) พอกันที่ 8 ปี ที่โคตรเหนื่อย (6) ขอทำให้คนไทย หายเหนื่อย (7) สร้างคน สร้างชาติ ด้วยการศึกษ (8) เขตดินแดง พญาไท ต้องดีกว่าเดิม (9) สู้ทุกปัญหา พร้อมพัฒนาบ้านเมือง (10) เชื่อมสามย่าน กับ MRT (11) เลือกให้สวนหลวงชนะ (12) ทำการเมืองสร้างสรรค์ เพื่อความสุขของประชาชน พัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน

2) การแก้ปัญหาให้กับประชาชนได้แก่ (1) มีจุดยืนที่ชัดเจน ทำงานจริงจัง ไม่ทิ้งพื้นที่ (2) การเมืองดี ปากท้องดี มีอนาคต (3) กาก้าวไกล 2 ใบ ทำงานคุ้มค่าภาษีประชาชน (4) ปากท้องดีมีเสรีภาพ (5) ปัญหาจริง แก้ปัญหาเป็น ใช้สไปร์ท์ (ชื่อผู้สมัคร สส.) แก้ปัญหา (6) รุ่นใหม่ ลุยงานจริง

ฟังพาได้ (7) สู้ให้ทุกปัญหา ฟังพาได้ทุกเรื่อง

3) การแสดงจุดยืนทางการเมืองได้แก่ (1) ชื่อตรงต่อประชาชน (2) 30 ปี บนเส้นทางประชาธิปไตย หัวใจไม่เคยเปลี่ยน (3) ไม่เอาลุง ไม่เอาความขัดแย้ง (4) ไม่ฝั่ง ปชต. ไม่ฝั่งเผด็จการ อยู่ฝั่งทำงาน เพื่อประชาชน (5) ประสานงานได้ทุกฝ่าย อย่างราบรื่น (6) ประสานงานได้ทุกฝ่าย อย่างราบรื่น (7) ทำแล้ว ทำอยู่ ทำต่อ (8) ก้าวข้ามความขัดแย้ง ขจัดทุกปัญหา พัฒนาทุกพื้นที่ (9) พูดแล้วทำ ไม่ทิ้งประชาชนทำงานจริง (10) รับฟัง ทำจริง (11) เพื่อชาติ เพื่อการศึกษาไทย

4) การแสดงความเหนือกว่าพรรคการเมืองอื่น ได้แก่ (1) นโยบายดี ๆ ใครก็พูดได้ แต่พรรคที่ทำได้และทำเป็น คือเพื่อไทย (2) คลองเตย คือ บ้านผม (3) ทำด้วยหัวใจไม่เคยเหนื่อย (4) 30 ปี ร่วมทุกข์ร่วมสุข เคียงข้างประชาชน (5) พูดไม่เก่งเน้นทำงาน (6) จบจุฬา เป็นเจ้าแก้ว (7) เลือกพรรคภูมิใจไทย ผมพร้อมเป็นนายกรัฐมนตรี (8) เศรษฐกิจต้องเรา (9) ทำไม่ไม่ทำตั้งแต่ตอนเป็นรัฐบาล หยุดหลอกประชาชน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า นโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธ์การสื่อสารด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง ในภาพรวมเป็นการนำเสนอถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาประเทศที่ดีขึ้น รวมทั้งการแสดงจุดยืนทางการเมืองของพรรคการเมืองในเรื่องความเป็นประชาธิปไตย ความเสียสละที่มีต่อประชาชน และการยุติความขัดแย้งทางการเมืองที่ผ่านมา นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอกลยุทธ์ที่แสดงความเหนือกว่าหรือความเชี่ยวชาญในทางการเมืองและการทำงานที่มีมากกว่าพรรคการเมืองอื่น ๆ ตลอดจนจุดยืนในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับประชาชนร่วมอยู่ด้วย

ตารางที่ 5 แสดงการจำแนกนโยบายจากป้ายหาเสียงเลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (ด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
ด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง	38	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กาก้าวไกลแล้วประเทศไทยจะไม่เหมือนเดิม</li> <li>2. กาก้าวไกลเลือกคนใหม่เพื่อไปเปลี่ยนประเทศไทย</li> <li>3. มีจุดยืนที่ชัดเจน ทำงานจริงจัง ไม่ทิ้งพื้นที่</li> <li>4. การเมืองดี ปากท้องดี มีอนาคต</li> <li>5. ก้าวไกล ไปด้วยกัน</li> <li>6. กาก้าวไกล 2 ใบ ทำงานคุ้มค่าภาษีประชาชน</li> </ol>

ตารางที่ 5 แสดงการจำแนกนโยบายจากปัญหาเสี่ยงเลือกตั้งตามมิติในการพัฒนาประเทศ (ด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง) (ต่อ)

มิติในการพัฒนาประเทศ	จำนวน (ข้อความ)	ตัวอย่างข้อความ
		<ol style="list-style-type: none"> <li>7. ชื่อตรงต่อประชาชน</li> <li>8. ปากท้องดีมีเสรีภาพ</li> <li>9. นโยบายดี ๆ ใครก็พูดได้ แต่พรรคที่ทำได้และทำเป็น คือ เพื่อไทย</li> <li>10. เลือกเพื่อไทยให้ แลนด์สไลด์</li> <li>11. คลองเตย คือ บ้านผม</li> <li>12. พอกันที่ 8 ปี ที่โคตรเหนื่อย</li> <li>13. ทำด้วยหัวใจไม่เคยเหนื่อย</li> <li>14. 30 ปี ร่วมทุกข์ร่วมสุข เคียงข้างประชาชน</li> <li>15. พูดไม่เก่งเน้นทำงาน</li> <li>16. 30 ปี บนเส้นทางประชาธิปไตย หัวใจไม่เคยเปลี่ยน</li> <li>17. ขอทำให้คนไทย หายเหนื่อย</li> <li>18. ปัญหาจริง แก้ปัญหาเป็น ใช้สไปร์ท์ (ชื่อผู้สมัคร สส.) แก้ปัญหา</li> <li>19. ไม่เอาลุง ไม่เอาความขัดแย้ง</li> <li>20. สร้างคน สร้างชาติ ด้วยการศึกษ</li> <li>21. เขตดินแดง พญาไท ต้องดีกว่าเดิม</li> <li>22. รุ่นใหม่ ลุยงานจริง ฟังพาได้</li> <li>23. ไม่ฝั่ง ปชต. ไม่ฝั่งเผด็จการ อยู่ฝั่งทำงาน เพื่อประชาชน</li> <li>24. ประสานงานได้ทุกฝ่าย อย่างราบรื่น</li> <li>25. สู้ทุกปัญหา พร้อมพัฒนาบ้านเมือง</li> <li>26. ทำแล้ว ทำอยู่ ทำต่อ</li> <li>27. สู้ให้ทุกปัญหา ฟังพาได้ทุกเรื่อง</li> <li>28. เชื่อมสามย่าน กับ MRT</li> <li>29. จบจุฬา เป็นถ้ำแก่</li> <li>30. เลือกให้สวนหลวงชนะ</li> <li>31. ก้าวข้ามความขัดแย้ง จัดทุกปัญหา พัฒนาทุกพื้นที่</li> <li>32. ทำการเมืองสร้างสรรค์ เพื่อความสุขของประชา พัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน</li> <li>33. พูดแล้วทำ ไม่ทิ้งประชาชนทำงานจริง</li> <li>34. เลือกพรรคภูมิใจไทย ผมพร้อมเป็นนายกรัฐมนตรี</li> <li>35. รับฟัง ทำจริง</li> <li>36. เศรษฐกิจต้องเรา</li> <li>37. เพื่อชาติ เพื่อการศึกษาไทย</li> <li>38. ทำไม่ทำตั้งแต่ตอนเป็นรัฐบาล หยุดหลอกประชาชน</li> </ol>

## อภิปรายผล

นโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านเศรษฐกิจในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการให้การสื่อสารให้เห็นวิธีการลดค่าใช้จ่ายของประชาชนไม่ว่าจะเป็นการลดภาษี การลดราคาพลังงานไฟฟ้า ร่วมกับความพยายามในการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ตลอดจนการแจกเงินสวัสดิการในรูปแบบต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม การนำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านเศรษฐกิจที่พบน้อย คือ การสร้างโอกาสทางอาชีพและเศรษฐกิจ เช่น การสร้างงาน การส่งเสริมแรงงาน และแนวทางการสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรมรวมถึงนโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านสังคมและทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการให้การสื่อสารให้เห็นถึงการจัดสวัสดิการทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ที่รัฐจัดสรรให้กับประชาชนในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพและกฎหมายเกี่ยวกับสถาบันสำคัญของประเทศ ตลอดจนการสร้างความเท่าเทียมกันทางสังคมให้กับคนกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนนโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านการบริหารจัดการภาครัฐในภาพรวม ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรทางทหารและตำรวจ ทั้งในนโยบายการลดอำนาจของทหารและตำรวจ การแยกทหารและตำรวจออกจากการเมือง รวมทั้งการปรับปรุงโครงสร้างและสวัสดิการทหาร ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารนโยบายของพรรคการเมืองที่แสดงจุดยืนประชาธิปไตยแบบเสรีนิยมอย่างเด่นชัดสอดคล้องกับ เดโช แซ่น้ำแก้ว (2565) ที่อธิบายเกี่ยวกับมโนทัศน์คุณภาพชีวิตที่ปรากฏในโลกสมัยใหม่ โดยเห็นว่าคุณภาพชีวิตเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากรัฐมีหน้าที่ดูแลความเดือดร้อนของประชาชนให้สามารถดำรงชีวิตได้ จึงจำเป็นต้องมีนวัตกรรมใหม่ ๆ และพันธมิตรเครือข่ายทุกระดับเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ตรงตามเป้าหมายเพราะเชื่อว่ารัฐเป็นผู้ให้บริการสวัสดิการเป็นอย่างดี แต่บางครั้งก็ไม่ตรงกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจริง ๆ จึงต้องมีแนวทางการยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องและถูกต้อง มุ่งองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตเพื่อ “ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี” และสวัสดิการของประชาชน องค์ประกอบของคุณภาพชีวิตเป็นวงกว้าง ได้แก่ การศึกษา สุขภาพ อาหารที่อยู่อาศัยเครื่องนุ่งห่ม การจ้างงานและรายได้ นันทนาการ ความยุติธรรม และบริการสังคม และองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตที่มีลักษณะแคบที่ตรงกับความต้องการของประชาชน เช่น บริการประกันสังคมบริการการช่วยเหลือทางสังคมและบริการสังคม ภายใต้หลักการพัฒนาคุณภาพชีวิตต้องสอดคล้องกับความต้องการขั้นพื้นฐาน เน้นบริการ

พื้นฐานที่ประชาชนควรได้รับต้องทั่วถึงและยุติธรรมโดยคำนึงถึงสิทธิพลเมืองและสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายและไม่เลือกปฏิบัติ ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของคนทุกระดับในสังคม ความเชื่อมโยงระหว่างคนในประเทศต่าง ๆ และการพึ่งพาอาศัยกันมีมากขึ้นโดยคำนึงถึงมิติทางสังคม เพื่อหาวิธีสร้างนโยบายหรือมาตรการแก้ปัญหาร่วมกัน พร้อมทั้งหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยพื้นฐานที่ทุกคนคู่ควรและการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อความสุขในชีวิตลดความเครียดและสามารถสร้างความพึงพอใจในชีวิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัย พบว่า นโยบายส่วนใหญ่มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดประชานิยม ซึ่งยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว (2564) ได้ศึกษาวิเคราะห์แนวทางประชานิยมในประเทศไทย พบว่านโยบายประชานิยมยังคงต้องมีต่อไปในสังคม เนื่องจากเป็นนโยบายที่สร้างโอกาสการเข้าถึงสวัสดิการสังคมของรัฐให้กับประชาชนได้โดยตรงอย่างเท่าเทียมและยุติธรรม แต่รัฐไม่ควรใช้นโยบายประชานิยมแบบถาวรด้วยเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ที่อาจทำให้รัฐต้องสูญเสียงบประมาณมหาศาลโดยใช้เหตุ จึงสมควรปรับในการจัดเก็บภาษีภายในรัฐเสียใหม่และพัฒนาให้เป็นรัฐสวัสดิการแบบสัมฤทธิ์ผลทางอุตสาหกรรม (Industrialism) โดยมุ่งเน้นการจัดเก็บภาษีตามศักยภาพการทำงานรายบุคคล เพื่อให้สามารถจัดสรรงบประมาณภายในรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด มุ่งจัดสวัสดิการที่ดีให้กับผู้ที่เสียภาษีให้แก่รัฐในอัตราที่สูง แต่ก็ไม่ละเลยกลุ่มที่เสียภาษีในอัตราที่น้อยกว่าด้วยการจัดเก็บอัตราภาษีก้าวหน้า ถือเป็นการบริหารทรัพยากรได้อย่างยุติธรรมและเท่าเทียมกันในระบบเศรษฐกิจ ทำให้ไม่เกิดความเหลื่อมล้ำด้านการกระจายรายได้ แต่อย่างไรก็ตาม ประชานิยมเป็นอุดมการณ์ได้ด้วยความสามารถของปัจเจกบุคคลที่มีความพิเศษเฉพาะตัว หากปรากฏว่าบุคคลดังกล่าวไม่อยู่ในอำนาจทางการเมืองก็จะกลายเป็นอุดมการณ์ที่บางเบาไร้อิทธิพลโดยทันที เนื่องด้วยความเป็นสถาบันอยู่ที่ตัวบุคคลไม่ใช่ระบบทางการเมือง ดังนั้น แนวทางประชานิยมสมควรจะเป็น “ทางเลือก” ในการดำเนินนโยบายเพียงชั่วคราวชั่วคราวเสียมากกว่าที่จะเป็น “บรรทัดฐาน” ของการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างถาวร

นอกจากนี้ นโยบายที่นำเสนอผ่านกลยุทธการสื่อสารด้านการสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครหรือของพรรคการเมืองในภาพรวมเป็นการนำเสนอถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาประเทศที่ดีขึ้น รวมทั้งการ

แสดงจุดยืนทางการเมืองของพรรคการเมืองในเรื่องความเป็นประชาธิปไตย ความเสียสละที่มีต่อประชาชน และการยุติความขัดแย้งทางการเมืองที่ผ่านมา ลดาวัลย์ ไชค์คำ (2024) ได้อภิปรายไว้ว่า อุดมการณ์ทางการเมืองมีบทบาทในการกำหนดท่าทีของทั้งพรรคการเมืองและประชาชน แต่ละบุคคลย่อมมีมุมมองทางอุดมการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น แนวคิดอนุรักษนิยมและเสรีนิยม อุดมการณ์สามารถมีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงคะแนนเสียง ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยที่ประชาชนจะสนับสนุนผู้สมัครและพรรคที่สอดคล้องกับความเชื่อและค่านิยมของตน ดังนั้น อุดมการณ์ทางการเมืองจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอกลยุทธ์ที่แสดงความเหนือกว่าหรือความเชี่ยวชาญในทางการเมืองและการทำงานที่มีมากกว่าพรรคการเมืองอื่น ๆ ตลอดจนจุดยืนในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับประชาชนร่วมอยู่ด้วย ซึ่งการนำเสนอโบายดังกล่าวมีลักษณะที่สะท้อนถึงการพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นหรือกรุงเทพมหานคร การพัฒนาในระดับประเทศการแสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้นำพรรค และการเสียสละหรือทำเพื่อประชาชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการวิเคราะห์การใช้ภาษาในป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในจังหวัดพิษณุโลก เมื่อปี พ.ศ. 2562 เขตเลือกตั้งที่ 1 พบว่า มีการใช้ภาษาที่แสดงให้เห็นชุดอุดมการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ 1) อุดมการณ์แบบท้องถิ่นนิยม ซึ่งถือเป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นในแต่ละถิ่น แสดงออกผ่านรูปแบบของ วิถีชีวิต วัฒนธรรมความเป็นอยู่ ของคนในพื้นที่ เรียกได้ว่าเป็น “อัตลักษณ์” (Identity) อย่างหนึ่ง ที่เรียกว่า “ชุมชนนิยม” เป็นแนวคิดแนวชุมชนจัดการตนเองและประชาธิปไตยชุมชน การเป็นผู้แทนราษฎรก็ควรเป็นสิทธิหน้าที่ของคนในท้องถิ่นนั้นด้วย 2) อุดมการณ์แบบชาตินิยม “เป็นความสำนึกหรือความรู้สึกทางจงรักภักดีต่อหมู่ชนซึ่งตนถือเป็นชาติพันธุ์ (Ethnic) เดียวกัน และเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมอย่างเดียวกัน” 3) อุดมการณ์แบบผู้นำนิยม การยึดถือบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นหลัก ด้วยการฟัง เชื่อ และปฏิบัติตามนโยบายของผู้นำ โดยที่ผู้นำเป็นจุดศูนย์รวมนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจของประชาชนเพื่อชาติในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง จุดเน้นทางการเมืองที่สำคัญนอกเหนือจากการชูนโยบายแล้ว การนำเสนอผู้ที่จะมาเป็นนายกรัฐมนตรี ถือเป็นข้อเสนอหรือจุดเน้นทางการเมืองที่หลายพรรคการเมืองนำมาใช้สื่อสารผ่านป้ายหาเสียงเลือกตั้ง 4) อุดมการณ์แบบประชานิยม เป็นการทำงาน

การเมืองโดยต้องอาศัยเสียงสนับสนุนจากประชาชน โดยยึดหลักว่า นักการเมืองมาขอประชาชนทำงาน ดังนั้น นักการเมืองต้องตอบแทนประชาชน คำนึงถึงความรู้สึกประชาชน (พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์, 2562)

## ข้อเสนอแนะ

1. พรรคการเมืองควรมีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาประเทศในมิติต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ประเทศ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมากกว่าการนำเสนอโบายที่สร้างกระแสหรือกระตุ้นความสนใจและตอบสนองความต้องการของประชาชนในระยะสั้นเท่านั้น

2. พรรคการเมืองควรมีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายที่แสดงถึงจุดยืนทางการเมืองและอุดมการณ์ทางการเมืองของพรรคการเมืองอย่างแน่วแน่และมั่นคง และมีความสอดคล้องกับอุดมการณ์ทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองรูปแบบต่าง ๆ และสามารถดำเนินการตรวจสอบการดำเนินงานของพรรคการเมืองและรัฐบาลได้ตลอดเวลา

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายในเชิงเนื้อหาสาระและผู้รับสารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายนั้น ๆ ตลอดจนการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางหรือกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติต่อไป

## ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อความนโยบายบนแผ่นป้ายหาเสียงที่มีการติดตั้งตามบริเวณต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น และเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยคณะผู้ช่วยวิจัยจากพื้นที่สนามจริง ซึ่งเป็นสถานที่ชุมชนและสามารถพบเจอและเห็นป้ายหาเสียงได้โดยทั่วไป ดังนั้น ทำให้มีป้ายหาเสียงบางป้ายที่ปรากฏข้อความเชิงนโยบายที่อยู่ในพื้นที่เฉพาะหรือเข้าถึงยากจึงอาจจะส่งผลให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนทุกป้ายหรือทุกข้อความเชิงนโยบายที่ปรากฏในเขตกรุงเทพมหานคร

## เอกสารอ้างอิง

- เกษียร เตชะพีระ. (2563). **เสรีนิยม: ความรู้ฉบับพกพา**. กรุงเทพฯ: Bookscape.
- กันต์ ศรีหาล้า และปิยลักษณ์ โพธิวรรณ. (2563). ผลกระทบของกระบวนการประชานิยมต่อรัฐไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 40(1), 7-19.
- กิตติทัศน์ ผกาทอง. (2561). **อุดมการณ์ทางการเมืองในสังคมประชาธิปไตย**. (สารนิพนธ์พุทธศาสตร์บัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. <http://pbs.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2018/05/17.-อุดมการณ์-206-215.pdf>
- คิด วรณดี. (2566). อุดมการณ์ทางการเมืองสู่การพัฒนาการเมืองไทย. **วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่**. 1(1), 56-65.
- ชนิษฐ ม้าทอง. (2560). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง. **วารสารคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**. 2(1), 163-175.
- เดโช แชน้ำแก้ว. (2565). มโนทัศน์คุณภาพชีวิตที่ปรากฏในโลกสมัยใหม่. **วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 5(3), 800-812.
- ไทยโพสต์. (2566). **เปิดรายละเอียด 77 จังหวัดที่ กกต. เคาะเขตเลือกตั้งจังหวัดไหนมีกี่เขต ส.ส. กี่คน. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2566**, จาก <https://www.thaipost.net/politics-news/314542/>
- บดินทร์ธร บัวรอด.(2562). การวิเคราะห์นโยบายภาครัฐเพื่อนำไปปฏิบัติ: ผลกระทบจากอดีตถึงปัจจุบัน. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช**. 11(3), 35-44.
- ปนัดดา รักษาแก้ว. (2561). **บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของพลตำรวจเอกพงศ์พวงษ์เจริญ: ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2521-2560**. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สื่อสารการเมือง), มหาวิทยาลัยเกริก.
- พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. (2562). กลวิธีการใช้ภาษาในป้ายหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 24 มีนาคม 2562 กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก เขตเลือกตั้งที่ 1. **วารสาร สจล.ชุมนุมพรเชตรอุดมศักดิ์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 1(1-2), 1-7.
- ภูวกฤต เหมหาชาติ. (2558). นโยบายประชานิยม. **พุทธจักร**. 19(4), 18-30.
- ยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว. (2564). แนวทางประชานิยม: ภาพสะท้อนแนวคิดทางการเมืองเชิงโครงสร้างชนชั้นในสังคมไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 16(2), 15-30.
- ลดาวลัย ไข่คำ. (2024). อุดมการณ์ทางการเมือง: Taylor's Version. **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม**. 12(1), 142-155.

## เอกสารอ้างอิง

- วัฒนา นนทชิต. (2558). การสื่อสารทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครองท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองท่าข้าม อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารนวัตกรรมการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*. 3(1), 35-49.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2561). กระบวนการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะภายใต้กรอบแนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารนวัตกรรมการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*. 6(2), 1-19.
- สุนันท์ เด่นดวง. (2564). *อุดมการณ์ทางการเมืองของอดีตสมาชิกพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย (พคท.) ในเขตพื้นที่จังหวัดเลย*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุเมธ ตั้งประเสริฐ. (2565). กลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของพรรคการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ.2562. *วารสารรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. 5(1), 25-38.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม*. พ.ศ. 2566-2570. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์. (2555). กลยุทธ์การโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*. 11(12), 107-121.
- iLAW. (2566). **เลือกตั้ง 66 : รวมข้อมูลการเลือกตั้ง 2566**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.ilaw.or.th/node/6433>
- PPTV. (2566). **เลือกตั้ง 2566: กกต.เปิดข้อมูลมี 86 พรรคพร้อมส่งผู้สมัคร**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/news/สังคม/191193>