

การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอโยบายในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภา
และผู้บริหารท้องถิ่นรูปแบบเทศบาลในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

The Analysis of Policy Communication Content in Electoral
Campaign of the Municipal Councilors and Executives in
Muang District, Khon Kaen Province

[Received: December 1, 2022; Revised: January 15, 2023;

Accepted: January 26, 2023]

ทศพล วงษาลี

นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต,
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Tossapon Wongsalee

Master of Student of Public Administration
Program, College of Local Administration
Khon Kaen University

ศิริศักดิ์ เหล่าจันทาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์,
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Sirisak Laochankham

Assistant Professor,
College of Local Administration,
Khon Kaen University

CORRESPONDING AUTHOR

Tossapon Wongsalee , Master of Student of Public Administration,

College of Local Administration, Khon Kaen University.

E-mail : tossapont28@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นและเนื้อหาที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่นในระดับเทศบาลเลือกใช้ในการนำเสนอสำหรับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นำมาวิเคราะห์และจัดกลุ่มเนื้อหาในการนำเสนอนโยบายหาเสียง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่นในระดับเทศบาลเลือกใช้ในการนำเสนอสำหรับการหาเสียงเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นในปี พ.ศ. 2564 จากกรณีศึกษาพื้นที่เทศบาล 5 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากเนื้อหาที่ปรากฏในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งประเภทต่าง ๆ อาทิ ป้ายรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้ง ข้อมูลจากแหล่งสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลจาก สปอตโฆษณาหาเสียง ที่มีการเผยแพร่ในช่วงการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นระดับเทศบาลที่ผ่านมา หลังจากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่ออธิบายลักษณะของเนื้อหา ความเหมือนและความแตกต่าง และจัดลำดับประเด็นสำคัญตามกรอบการวิจัยที่กำหนด ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารท้องถิ่นในปี พ.ศ. 2564 มีลักษณะไม่แตกต่างกับการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในอดีตที่ผ่านมา กล่าวคือ เนื้อหาของนโยบายส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่กับประเด็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สำหรับประเด็นที่พบบรองลงมา คือด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมถึงด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้านการบริหารจัดการ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุนพาณิชย์กรรมและการท่องเที่ยวตามลำดับ อีกทั้งพบว่า ผู้สมัครส่วนใหญ่กล่าวถึงเนื้อหา นโยบายด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น ค่อนข้างน้อย ทั้งที่ภารกิจดังกล่าวมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าภารกิจของท้องถิ่นในด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้สมัครบางรายได้นำเสนอเนื้อหา นโยบายที่แปลกใหม่และไม่ค่อยปรากฏเป็นที่แพร่หลายมากนักในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น เช่น สิทธิและความเท่าเทียมทางเพศ การขนส่งสาธารณะระบบราง และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการบริการสาธารณะ เป็นต้น

คำสำคัญ: นโยบายเนื้อหา; การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง; เทศบาล; องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

This research aims to study issue and content that of the municipal councilors and executives used for an electoral campaign. The holistic multiple case study was employed to conduct research in five municipalities located in Muang District, Khon Kaen Province. The data were gathered from policy communication signboards, social networks, and election campaign spots, during Thailand municipality's election in 2021. The data were analyzed, compared, and interpreted by using a content analysis approach. The data analysis helped identify trend, differences, and similarities in each policy area. Each policy aspect was also prioritized regarding the research framework. The results show that the contents used for policy communication in the local election of council members and local administrators in 2021 were similar the contents used in local election campaigns in the past. Most of the policy contents concentrated on infrastructure development issues. The later emerging issue concerned about life quality development, social security and community safety, natural resource and environment management, planning, tourism, and local investment. Prominently, local culture promotion and local wisdom development became the least issue that most candidates rarely mentioned about. Although, this local responsibility was important for local development. In addition, some municipalities introduced new and prevalent policy contents such as gender equality, light rail system, and digital technology development etc.

Keywords: policy content; election campaign; municipality; local government

บทนำ

การปกครองท้องถิ่น ถือเป็นรากฐานสำคัญในการปกครองระบบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมการสร้างมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ผ่านกลไกการเลือกตั้งผู้แทนที่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งอาจมีโครงสร้างแตกต่างกันออกไปในการจัดการปกครองของแต่ละรัฐ แต่โดยทั่วไปจะพบว่า การเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นจะได้มาซึ่งผู้แทนใน 2 ส่วน ประกอบด้วย ฝ่ายบริหาร และฝ่ายนิติบัญญัติ (สภาท้องถิ่น) สำหรับประเทศไทย ภายหลังจากที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ได้ประกาศใช้ ส่งผลให้การปกครองท้องถิ่นในประเทศไทยเห็นผลเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งในเชิงของโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ ภารกิจความรับผิดชอบ และบทบาทของประชาชน โดยสอดคล้องกับหลักการกระจายอำนาจ ที่มุ่งให้ท้องถิ่นสามารถมีอำนาจทางการบริหาร อำนาจทางการเงิน และอำนาจทางการเมือง ที่เหมาะสมตามที่รัฐบาลส่วนกลางออกแบบและมอบหมายให้ (โกวิท พวงงาม, 2548)

ในการจัดการเลือกตั้งท้องถิ่นที่ผ่านมา นักการเมืองท้องถิ่นที่ลงสมัครรับเลือกตั้งได้พยายามนำเสนอกลยุทธ์และแนวนโยบายผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ในระยะแรกการนำเสนอแนวนโยบายได้ดำเนินการผ่านรูปแบบของการปราศรัยหาเสียง การติดป้ายหาเสียงโฆษณา การนำเสนอแนวนโยบายผ่านเอกสาร แผ่นพับ โบปปลิว ซึ่งในระยะต่อมาผู้สมัครรับเลือกตั้งได้มีความพยายามสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อประชาชนแบบใกล้ชิดมากขึ้น เช่น การเคาะประตูบ้านเพื่อประชาสัมพันธ์นโยบาย และสร้างความใกล้ชิดกับประชาชนมากยิ่งขึ้น ในยุคต่อมาเมื่อเทคโนโลยีดิจิทัล ได้เข้ามามีบทบาทในสังคม รูปแบบทางการสื่อสารทางการเมืองในช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้งก็มีการปรับเปลี่ยนไปใช้ช่องทางและพื้นที่สื่อสารออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ แอปพลิเคชันไลน์ หรือเว็บไซต์ อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์นโยบายในรูปแบบดั้งเดิมก็ยังคงใช้ได้กับกลุ่มเป้าหมายประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่น อันเนื่องมาจากการสื่อสารรูปแบบดังกล่าวเข้าถึงได้ง่าย สะดวกในการสื่อสาร และสอดคล้องกับวัฒนธรรมการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชน นอกจากนี้เครื่องมือที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงแล้ว เนื้อหา (Content) ที่ใช้ในการสื่อสารนโยบาย (Policy Communication) ก็ถือว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลและสนใจให้ประชาชนสนใจในตัวผู้สมัครและนโยบายที่ได้นำเสนอ ในอดีตที่ผ่านมาเนื้อหาที่มักนำเสนอในเครื่องมือที่ใช้ในการหาเสียงจะอยู่ในรูปแบบของคำขวัญ สิ่งจูงใจ หรือวิสัยทัศน์ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มุ่งเน้นในเรื่องของการอยู่ดี กินดี หรือที่คุ้นชินกันดีกับประโยคที่ว่า “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี” ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ยังพบได้ในการเลือกตั้ง หาเสียงระดับท้องถิ่นจวบจนปัจจุบัน (เสถียร เขยประทับ, 2540)

เมื่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนอำนาจให้มีหน้าที่รับผิดชอบครอบคลุมภารกิจพื้นฐานกับวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น เช่น ด้านความปลอดภัย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านคุณภาพชีวิต ด้านส่งเสริมเศรษฐกิจและศิลปวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม ก็ยังพบว่าเนื้อหาในการรณรงค์หาเสียงที่ผ่านมายังมุ่งเน้นในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานมาอย่างต่อเนื่อง ทั้ง ๆ ที่อำนาจหน้าที่และบทบาทของท้องถิ่นมีประเด็นและขอบเขตกว้างกว่าประเด็นโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบอบที่สังคมการเมืองในประเทศไทยมีความคาดหวังและสนใจในบทบาทของนักการเมืองที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงสังคมและบริหารจัดการบริหารจัดการผลประโยชน์ของสาธารณะในรูปแบบของนโยบาย ฉะนั้นผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการทักษะและกลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาของนโยบายของตนให้มี

ความโดดเด่นและน่าสนใจ ผ่านการสื่อสารทางการเมืองที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับบริบทปัญหาและอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้ศึกษาได้ศึกษารายงานสภาพทางกายภาพพื้นฐานของชุมชนจังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาลักษณะประชากรในพื้นที่ที่ศึกษา มีขอบเขตการศึกษาครอบคลุมพื้นที่ 2 เมือง คือ เมืองขอนแก่น และในเขตพื้นที่ฝั่งเมืองรวมขอนแก่น โดยมีการศึกษาลักษณะประชากรในพื้นที่ศึกษามีขอบเขตการศึกษาครอบคลุมพื้นที่ 4 ชุมชนเมือง คือ เทศบาลนครขอนแก่น เทศบาลตำบลเมืองเก่า เทศบาลเมืองศิลา และเทศบาลตำบลบ้านเป็ด ซึ่งเป็นพื้นที่ต่อเนื่องของเมือง และเป็นพื้นที่หลักในฝั่งเมืองรวม เมืองขอนแก่นเป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาจากนครราชสีมา มีความหลากหลายทางด้านสังคม และด้านพื้นที่ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ครบครัน และในปัจจุบันก็มีพื้นที่ที่สำคัญ เกิดขึ้นใหม่ ๆ มาพร้อมกับการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเมืองอย่างรวดเร็ว (คณะที่ปรึกษาฝั่งเมืองรวมเมืองขอนแก่น, 2555) และเทศบาลตำบลพระลับ เป็นโซนพื้นที่การเกษตร (มีแหล่งน้ำตามธรรมชาติ คือ ลำน้ำชี ลำห้วยพระคือ ฯ) และพื้นที่การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศาสนา อาทิ วัดตาลเรียว วัดทุ่งเศรษฐี วัดป่าพุทธญาณรังสี วัดป่าแสงอรุณ วัดสมศรี การแข่งขันเรือพายประจำปี (เทศบาลตำบลพระลับ, 2565) ที่กำลังได้รับความสนใจมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชนและจังหวัดได้เป็นอย่างดี จากบริบทพื้นที่ทั้ง 5 พื้นที่ ที่เป็นโซนพื้นที่ขยายเมือง คือ เทศบาลนครขอนแก่น เทศบาลเมืองศิลา เทศบาลเมืองเก่า เทศบาลตำบลบ้านเป็ด และโซนพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและศาสนา คือ เทศบาลตำบลพระลับ ซึ่งมีความหลากหลายในบริบทการบริหารจัดการพื้นที่ ที่แตกต่างกันออกไปและการนำบริบทของแต่ละพื้นที่มาเขียนนโยบายเชิงกลยุทธ์การเลือกตั้ง เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของประชาชนและภารกิจหลัก 6 ภารกิจหลักที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนอำนาจจากส่วนกลาง

จากปรากฏการณ์ที่ผ่านมาของการเมืองท้องถิ่นที่ผ่านมา กระบวนการสื่อสารทางการเมืองก็ถือเป็นตัวเชื่อมสาระทางการเมืองจากแหล่งสารส่งไปถึงผู้รับสารทางการเมืองซึ่งคือประชาชน เพื่อหวังคะแนนนิยมจากประชาชนในฐานะผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองจะเป็นการสะท้อนความพร้อมของผู้ส่งสารทางการเมือง ที่จะทำการติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับสารทางการเมือง เพื่อให้เกิดความชอบธรรมและ การยอมรับในขั้นต้นก่อนที่จะตัดสินใจเลือกนโยบายและผู้สมัครที่ตนสนใจ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2544)

จากการทบทวนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเมืองท้องถิ่นและการเลือกตั้งท้องถิ่น พบว่าประเด็นที่ศึกษาส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในประเด็นกลวิธีหาเสียง การตลาดทางการเมือง ดังเช่นในงานวิจัยของ นิรัตน์ เพชรรัตน์ (2564) ได้ศึกษา กลยุทธ์การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่ารูปแบบกลยุทธ์การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในฐานะผู้ส่งสารมีลักษณะเฉพาะ กระบวนการในการคิดกลยุทธ์การณรงค์หาเสียงของผู้สมัครแต่ละคนนั้นถือว่าเป็น กลยุทธ์ที่มีความสลับซับซ้อน ซึ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งได้นำแนวคิด ทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและบริบททางการเมืองเพื่อนำไปสู่ชัยชนะในการเลือกตั้ง

จะเห็นได้ว่าการวิธีการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในสนามการเมืองระดับชาติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้เห็นปรากฏการณ์ที่แปลกใหม่ มีการนำเสนอมุมมองเชิงกลยุทธ์การหาเสียงที่แตกต่างไปจากสนามการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น ที่มีการนำเสนอเนื้อหา นโยบายการหาเสียงที่ยังคงวนเวียนอยู่กับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น คำพูดติดหูที่ว่า “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี” เป็นต้น การที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางคนยังเลือกที่จะนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบเดิม ๆ วิธีการเดิม ๆ อาจเกิดจากหลายสาเหตุ อาทิ เป็นเรื่องที่ทำง่ายทำได้ทันที ถูกใจประชาชน และสอดคล้องกับระเบียบกฎหมายที่ได้ให้อำนาจ

ท้องถิ่นเอาไว้ในการให้บริการสาธารณะ แต่อย่างไรก็ตามกฎหมายยังคงมีข้อจำกัดบางประการ ซึ่งถือเป็นการปิดรั้วไม่ได้เปิดโอกาสให้ผู้สมัครสามารถคัดค้านแนวนโยบายนอกกรอบได้ แม้ว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งจะมีศักยภาพและมีขีดความสามารถที่จะกระทำได้ดีก็ตาม หรือในอีกแง่หนึ่ง คือ การเอื้อต่อผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจในองค์กร ซึ่งเรื่องที่สังคมส่วนใหญ่จึงมองว่าการเมืองท้องถิ่นมักพัวพันกับการทุจริตคอร์รัปชัน

จากสภาพการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น จึงนับเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพื่อจะหาคำตอบว่า เนื้อหาการสื่อสารนโยบายในสนามการเลือกตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นอย่างไร มีการนำเสนอเนื้อหาการหาเสียงตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับการถ่ายโอนอำนาจหรือไม่ประการใด ซึ่งในการวิจัยนี้ได้กำหนดกรอบในการวิจัยโดยอิงตามภารกิจที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนอำนาจจากส่วนกลาง จำนวน 6 ภารกิจ ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต ด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ ด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 (วุฒิสาร ตันไชย, 2547)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเด็นและเนื้อหาที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่นในระดับเทศบาลภายในเขตพื้นที่อำเภอเมืองขอนแก่น เลือกใช้ในการนำเสนอสำหรับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
2. เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มเนื้อหาในการนำเสนอที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดเน้นเชิงนโยบายที่นักการเมืองท้องถิ่นเลือกนำเสนอ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การเลือกพื้นที่

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาแบบพหุกรณีศึกษาองค์รวม (Holistic Multiple Case Study) โดยได้เลือกพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับเทศบาล ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย เทศบาลนคร 1 แห่ง (เทศบาลนครขอนแก่น) เทศบาลเมือง 1 แห่ง (เทศบาลเมืองศิลา) และเทศบาลตำบล 3 แห่ง (เทศบาลตำบลบ้านเป็ด เทศบาลตำบลเมืองเก่า และเทศบาลตำบลพระลับ) การศึกษานโยบายการหาเสียงฯ อยู่ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ ถึง เดือน 27 มีนาคม พ.ศ. 2564 ศึกษาจาก ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้บริหารฯ จำนวน 19 ราย ในนามอิสระ จำนวน 8 ราย และสังกัดกลุ่มการเมือง จำนวน 11 กลุ่ม ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาฯ จำนวน 216 ราย ในนามอิสระ จำนวน 24 ราย และสังกัดกลุ่มการเมือง จำนวน 12 กลุ่ม (192 ราย) ซึ่งในส่วนของเทศบาลเมืองและเทศบาลตำบลพิจารณาจากพื้นที่ที่อยู่ติดเขตรับผิดชอบของเทศบาลนครขอนแก่น เนื่องจากว่าพื้นที่เหล่านั้นเป็นพื้นที่กึ่งเมือง กึ่งชนบท ที่ได้รับอิทธิพลการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความเจริญจากพื้นที่ใกล้เคียงซึ่งก็คือเทศบาลนครขอนแก่น (โซนพื้นที่เศรษฐกิจ) และพื้นที่เหล่านั้นสามารถสะท้อนพฤติกรรมและมุมมองทางการเมืองได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 1 แสดงประเภทและจำนวนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรวบรวมนโยบายและสื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

พื้นที่กลุ่มเป้าหมายในการหาข้อมูล	ประเภทและจำนวนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง				
	ปัญหา เสียง	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เฟซบุ๊ก	ไลน์	ใบปลิว แผ่นพับ	เสียงสปอต โฆษณา
ทน.ขอนแก่น	9	3	2	5	4
ทม.ศิลา	4	-	-	4	3
ทต.บ้านเป็ด	4	2	1	4	4
ทต.เมืองเก่า	6	2	-	4	4
ทต.พระลับ	2	-	-	2	2
รวม	25	7	3	19	17

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมจากข้อมูลทุติยภูมิที่มีมาจากหลายแหล่ง ได้แก่

- 1) ข้อมูลจากป้ายรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งท้องถิ่นระดับเทศบาลในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 25 ป้าย
- 2) ข้อมูลจากแหล่งสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย เฟซบุ๊กแฟนเพจ แอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 10 แหล่งที่มา
- 3) ข้อมูลจากสปอตโฆษณาหาเสียง ที่ผู้สมัครได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางและรูปแบบต่าง ๆ เช่น รถแห่ เวทีปราศรัย จำนวน 17 แหล่งที่มา
- 4) ข้อมูลจากเอกสารแนะนำตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง ประกอบด้วย แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ จำนวน 19 แบบ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่จากการรวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ข้างต้นมาแยกกลุ่มในรูปแบบตารางแยกประเภทและทำการเปรียบเทียบข้อมูล โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ภายหลังจากเปรียบเทียบข้อมูลก็นำข้อมูลมาจัดลำดับเพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึงแนวโน้มของประเด็นที่ผู้สมัครยังนิยมใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยนำกรอบการวิจัย 6 ประเด็นที่อิงจากภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาเป็นกรอบการวิเคราะห์แนวโน้มของการนำเสนอนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง

ตารางที่ 2 แยกประเภทและทำการเปรียบเทียบจากนโยบายที่ใช้สื่อสารหาเสียงเลือกตั้ง

ภารกิจที่ถ่ายโอนให้ท้องถิ่น	คำสำคัญจากนโยบายที่ใช้สื่อสารหาเสียงเลือกตั้ง	จำนวนการนำเสนอ นโยบาย	ความถี่ในการนำเสนอ นโยบายผ่านสื่อต่างๆ
1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	“น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี”, “ชุมชนสว่างไสวด้วยไฟฟ้าสาธารณะ”, “แก้ปัญหาหน้าท่วมซ้ำซาก”, “ติดตั้งกล้องวงจรปิด”	43 นโยบาย	39.81%
2) ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต	“แก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชน”, “จัดทำสนามกีฬาเอนกประสงค์”, “ดำเนินการการแก้ไขปัญหาขยะอย่างมีประสิทธิภาพ”, “จัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ป้องกัน COVID-19”	26 นโยบาย	24.07%
3) ด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย	“จัดให้มีศูนย์ป้องกันฝ่ายพลเรือน (ปภ.เทศบาล) ให้ครบทุกเขต”, “ส่งเสริมกิจกรรม อปพร.ให้มีคุณภาพ” “เพิ่มจำนวนกล้องวงจรปิด CCTV”	12 นโยบาย	11.11%
4) ด้านการบริหารจัดการ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม	“ปิ้งกี หนองโคตร ต้องสะอาด คิดสะอาด น้ำสะอาด” “บำบัด PM 2.5”	11 นโยบาย	10.18%
5) ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว	“เพิ่มมูลค่าทางการเกษตร”, “เศรษฐกิจเข้มแข็ง ชุมชนแข็งแรง”, “เพิ่มพื้นที่ขายบนพื้นที่สาธารณะ”	10 นโยบาย	9.25%
6) ด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น	“สนับสนุนประเพณีท้องถิ่น อาทิ ทอดเทียน งานบุญชาติ”, “อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย”	6 นโยบาย	5.55%
รวม		108 นโยบาย	100%

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาเชิงนโยบายที่ผู้สมัครสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารเทศบาลใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง มุ่งเน้นไปที่การจัดบริการสาธารณะในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และนโยบายด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับภารกิจท้องถิ่นเป็นลำดับรอง ซึ่งไม่แตกต่างกันจากแนวทางและเนื้อหาการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในอดีตที่ผ่านมา ดังจะได้อธิบายในแต่ละประเด็นต่อไปนี้

1. การศึกษาประเด็นและเนื้อหาประเด็นและเนื้อหาที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่นในระดับเทศบาลภายในเขตพื้นที่อำเภอเมืองขอนแก่น เลือกใช้ในการนำเสนอสำหรับการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

1.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหาที่ผู้สมัครได้สื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารแก่ประชาชน โดยส่วนใหญ่ผู้สมัครได้นำเสนอถึงนโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค เป็นอันดับต้น ๆ “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี” เป็นเนื้อหาหลักที่ผู้สมัครพยายามสื่อสารไปยังประชาชนให้เข้าใจว่าหากตัดสินใจเลือกผู้สมัครคนดังกล่าวเข้ามา ในพื้นที่นั้นจะถูกผลักดันให้ได้รับการพัฒนาด้านถนนหนทาง ซึ่งอาจจะเป็นการยกระดับจากถนนลาดยางเป็นถนนคอนกรีต เป็นต้น อย่างไรก็ตามนอกจากเรื่องของถนนหนทางน้ำไฟแล้ว ยังพบว่าผู้สมัครบางรายได้นำเสนอนโยบายเชิงนวัตกรรม ที่มีความแปลกใหม่หรือน่าสนใจ อาทิ นโยบายสายไฟฟ้าลงใต้ดิน ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนมีความมุ่งหวังที่อยากเห็นความเปลี่ยนแปลงการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐาน

1.2 ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต

โดยแยกออกเป็นเรื่องของสาธารณสุขและเรื่องของการศึกษา จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การนำเสนอเนื้อหาในนโยบายในประเด็นลำดับรองลงมาจากเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยส่วนใหญ่ นิยมที่จะนำเสนอเนื้อหาในเรื่องของปัญหาการ จัดการขยะ นั้นอาจเป็นเพราะว่าเรื่องของขยะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวประชาชนมากที่สุด ปัญหาเรื่องขยะยังเป็นอีกต้นเหตุหนึ่งในการสร้างปัญหาอื่น ๆ ที่ตามมา เช่น ปัญหาการอุดตันทางระบายน้ำที่ส่งผลถึงการจัดการเรื่องน้ำท่วมขัง ที่สร้างความเดือดร้อนแก่ประชาชน ผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงหยิบยกขึ้นเป็นนโยบายในการซื้อใจประชาชนในเขตพื้นที่ตนลงสมัครรับเลือกตั้ง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า ผู้สมัครได้นำเสนอเนื้อหา เรื่องของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ซึ่งเปรียบเสมือนแกนกลางที่คอยเชื่อมประสานระหว่างตัวนักการเมืองกับประชาชน ในมิติทางการเมือง กลุ่มบุคคลเหล่านี้ คือ หัวคะแนนที่สำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งทำให้การการเมืองในทุกๆระดับ ต่างเล็งเห็นถึงความสำคัญของบุคคลกลุ่มนี้ และในประเด็นเนื้อหาในนโยบายด้านการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้มีการพูดถึงเรื่องดังกล่าวถึงน้อยหรือถูกให้ความสำคัญในลำดับท้าย ๆ เมื่อเทียบกับนโยบายข้างต้น แต่ผู้สมัครบางรายยังได้มีการนำเสนอเนื้อหาในนโยบายด้านการศึกษาเพื่อชูเป็นประเด็นให้เห็นถึงความสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาในท้องถิ่น

1.3 ด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย พบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยส่วนใหญ่มีการเสนอถึงโครงการติดตั้งกล้องวงจรปิด เพื่อเป็นมาตรการสร้างความเชื่อมั่นในด้านความมั่นคงปลอดภัยแก่ประชาชนในชุมชนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่

1.4 ด้านการบริหารจัดการ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม

จากการรวบรวมข้อมูลนโยบายการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งท้องถิ่นจากทุกพื้นที่กลุ่มเทศบาล เป้าหมายในการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งในบางเทศบาลมีการคิดค้นนวัตกรรมเชิงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเอาไว้เป็นที่น่าใจ เช่น โรงงานกำจัดขยะเปลี่ยนให้เป็นพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งถือเป็นนโยบายที่สะท้อนปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ก่อผลกระทบต่อชีวิตคนเมือง นอกจากนี้แล้วยังพบว่าผู้สมัครในแต่ละพื้นที่ยังคงมีการนำเสนอแนวคิดนโยบายที่มีความจำเพาะภายในพื้นที่ อาทิ นโยบายการบำบัดฟื้นฟูแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร เป็นต้น

1.5 ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ใช้เนื้อหา นโยบายที่มุ่งแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ เรื่องปากท้องที่ประชาชน โดยเสนอนโยบายการหาช่องทางในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ อีกทั้งยังพบว่าในบางพื้นที่เทศบาล ยังคงมีการนำเสนอเนื้อหาของนโยบายในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพ สังคม เห็นได้จากในบางเทศบาลรอบอาณาเขตเทศบาลนคร ได้มีการหาเสียงถึงนโยบายในภาคการผลิตและภาคบริการอื่น ๆ อาทิ ภาคการส่งเสริมแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร เป็นต้น

1.6 ด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากการรวบรวมข้อมูลนโยบายการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารท้องถิ่นจากทุกพื้นที่เป้าหมาย พบว่า นโยบายด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น ถือเป็นนโยบายลำดับสุดท้ายที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารท้องถิ่นใช้นำเสนอในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง แต่ผู้วิจัยยังได้พบว่าเทศบาลโดยรอบเขตเทศบาลขนาดใหญ่ทั้ง 4 แห่งนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งยังคงมีการชูนโยบายประเด็นดังกล่าวเอาไว้เป็นลำดับรองจากนโยบายอื่น

2. การวิเคราะห์และจัดกลุ่มเนื้อหาในการนำเสนอที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดเน้นเชิงนโยบายที่นักการเมืองท้องถิ่นเลือกนำเสนอ

จากการศึกษา นโยบายการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารท้องถิ่น โดยอิงตามภารกิจที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนอำนาจจากส่วนกลางจำนวน 6 ภารกิจ ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มเนื้อหา นโยบาย ที่ได้รวบรวมจากเนื้อหาที่ปรากฏในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งประเภทต่าง ๆ อาทิ ป้ายรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้ง ข้อมูลจากแหล่งสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลจาก สปอตโฆษณาหาเสียง และนำมาจัดลำดับการสะท้อนนโยบายของผู้สมัครที่นำเสนอผ่านสื่อในช่องทางต่างๆ ดังต่อไปนี้ ลำดับที่ 1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีการนำเสนอ 43 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 39.81 ลำดับที่ 2 ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต มีการนำเสนอ 26 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 24.07 ลำดับที่ 3 ด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย มีการนำเสนอ 12 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 11.11 ลำดับที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม มีการนำเสนอ 11 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 10.18 ลำดับที่ 5 ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว มีการนำเสนอ 10 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 9.25 และลำดับที่ 6 ด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการนำเสนอ 6 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 5.55

3. เนื้อหานโยบายเชิงนวัตกรรมที่พบในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น

จากการที่ผู้สมัครสมาชิกสภาและผู้บริหารท้องถิ่น ได้นำเสนอเนื้อหาโยบายการหาเสียงเลือกตั้ง จากข้อมูลยังพบว่าผู้สมัครบางพื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงนวัตกรรมการบริหารท้องถิ่นที่มีความก้าวหน้า และไม่ซ้ำกับภาพลักษณ์เนื้อหาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ผ่านมาในอดีต ดังจะได้อธิบายในแต่ละประเด็นต่อไปนี้ **“ด้านการขนส่งมวลชน”** พบว่า มีผู้สมัครจำนวนหนึ่งได้สะท้อนนโยบายการหาเสียงเลือกตั้งโดยได้นำเอาผลงานการวิจัยการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ หรือ “ขอนแก่นโมเดล” ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการปกครองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) จากผลการศึกษาดังกล่าวผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงมีการนำมาสร้างกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้ง **“ด้านความเท่าเทียมความหลากหลายทางเพศ”** ในปัจจุบันสังคมไทยยอมรับและเคารพความเท่าเทียมของกลุ่ม “LGBTQ” หรือกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น จึงทำให้ผู้สมัครรับการเลือกตั้งได้นำเอาประเด็นนี้มาสร้างกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งเพื่อดึงดูดและเป็นการให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนี้มากยิ่งขึ้น อาทิ นโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ นโยบายสร้างความเสมอภาคเท่าเทียมในสังคม **“ด้านความโปร่งใส”** ผู้สมัครรับการเลือกตั้งได้นำเอาประเด็นนี้มาสร้างกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งเพื่อแสดงตัวตนว่าในอนาคตหากตนได้เข้ามาบริหาร ตนจะนำนโยบายดังกล่าวมาขับเคลื่อนองค์กรด้วยความสุจริตโปร่งใส ตรวจสอบได้ อาทิ นโยบายบริหารงานด้วยความโปร่งใสไร้คอร์รัปชัน นโยบายเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น **“นโยบายการยกฐานะองค์กรปกครองส่วนปกครองท้องถิ่น”** การยกฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริการสาธารณะและการพัฒนาท้องถิ่นในขอบเขตที่กว้างขวางและมีอิสระในการบริหารงานเพิ่มมากขึ้น สะท้อนถึงความเจริญเติบโตของพื้นที่ จึงทำให้ผู้สมัครรับการเลือกตั้งนำเอาประเด็นนี้มาสร้างกลยุทธ์ในการหาเสียง อาทิ นโยบายยกฐานะเทศบาลตำบล ให้เป็นเทศบาลเมือง

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เนื้อหาโยบายในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารท้องถิ่นในปี 2564 ที่ผ่านมา ผลการศึกษาสรุปได้ว่า เนื้อหาที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการนำเสนอสำหรับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยมีการศึกษาบริบทพื้นที่ และความต้องการของประชาชนผ่านนโยบายการเลือกตั้ง เช่น เทศบาลนครขอนแก่น มีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการปกครองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) มีการนำนโยบายด้านขนส่งมวลชน เข้ามาสร้างกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้ง แต่อย่างไรก็ตามการเขียนนโยบายของผู้สมัครยังมีการหยิบยกนโยบายเดิมมาใช้ในการเขียนนโยบายการเลือกตั้ง จากรายงานสภาพทางกายภาพพื้นฐานของชุมชนจังหวัดขอนแก่น (คณะที่ปรึกษาผังเมืองรวมเมืองขอนแก่น, 2555) ที่ได้มีการศึกษาการขยายตัวเมืองของจังหวัดขอนแก่นก็ยังมีพื้นที่ของโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ครบครัน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของเมืองขอนแก่นในอนาคต การที่ผู้สมัครฯ นำเอาบริบทหรือการเจริญเติบโตเฉพาะของพื้นที่รวมถึงความต้องการของประชาชนภายในพื้นที่นั้น ๆ ที่อยากเห็นการพัฒนาเมืองไปในทิศทางที่ดีขึ้นทันต่อยุคสมัย มาสร้างเป็นกลยุทธ์นโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครฯ เมื่อนำกลยุทธ์หรือนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครฯ มาจัดอันดับความถี่ในการใช้นโยบาย พบว่า “ภารกิจด้านโครงสร้างพื้นฐาน” ถูกนำมาเขียนเนื้อหาที่สื่อสารนโยบายมากที่สุด โดยเห็นได้จากผู้สมัครทุกหมายเลขและทุกพื้นที่ ในการหาเสียงเลือกตั้งมากถึง 43 นโยบาย คิดเป็นร้อยละ 39.81% จากทั้งหมด 108 นโยบาย ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งจากทั้ง 5 เทศบาลได้นำมาใช้ในการนำเสนอเนื้อหา และเป็นการ

นำเสนอโยบายที่ข้าพเจ้าคิดตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐานยังมีให้พบได้ในทุกสนามการเลือกตั้ง โดยเฉพาะการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นที่ใกล้ชิดประชาชนมากที่สุด โดยมีคำที่มักจะคุ้นหูกันดีคือ “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี” ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มีการได้รับการแก้ไขแต่ก็ยังมีความจำกัดทางด้านงบประมาณและระยะเวลา จึงทำให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไม่เป็นไปตามนโยบายและไม่ต่อเนื่องเท่าที่ควร และเกิดการเสื่อมสภาพของวัสดุต่างๆ เกิดการซ่อมแซม หรือเพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เป็นไปตามการรองรับการใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน จึงมีผู้สมัครฯ นักกลยุทธ์นี้มาเขียนนโยบายในการเลือกตั้งอยู่ทุกยุคทุกสมัย ในส่วนของ “ภารกิจด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต” โดยแยกออกเป็นเรื่องของการสาธารณสุขและเรื่องของการศึกษา ผู้สมัครได้มีการนำเอาประเด็นสุขภาพของประชาชนมาเขียนเป็นกลยุทธ์เชิงนโยบายโดยการใช้ อสม. มาเป็นแกนหลักในการสร้างความเชื่อมโยงนโยบายสู่ประชาชน ในเรื่องของการศึกษามีการใช้เนื้อหา นโยบายไปในทางส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประชาชนในท้องถิ่น “ภารกิจด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย” ผู้สมัครรับเลือกตั้ง เน้นการเฝ้าระวังป้องกันและลดปัญหาการก่ออาชญากรรมเพื่อมุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในท้องถิ่น “ภารกิจด้านการบริหารจัดการ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม” ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้เขียนเนื้อหาเป็นกลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรทางสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นให้ได้รับการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาพื้นที่สีเขียวหรือพื้นที่การเกษตรเชิงนิเวศน์ “ภารกิจด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว” ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้มุ่งเน้นนำเสนอโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ การเพิ่มพื้นที่ทางการตลาดให้แก่ประชาชนอันเป็นการสร้างอาชีพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น แต่เป็นประเด็นที่น่าสนใจที่นักการเมืองท้องถิ่นไม่ค่อยนำเสนอเนื้อหา นโยบายด้าน “ภารกิจด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น” งานวิจัยนี้ยังพบเนื้อหาที่มีความน่าสนใจในกลุ่มผู้สมัครบางราย ได้นำเสนอเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงนวัตกรรมการบริหารจัดการท้องถิ่นที่มีแนวความคิดก้าวหน้า และไม่ซ้ำกับภาพลักษณ์เนื้อหาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ผ่านมาในอดีต โดยมีเนื้อหาการนำเสนอเนื้อหาเชิงนวัตกรรม นโยบายด้านขนส่งมวลชน นโยบายด้านเสริมสร้างความเท่าเทียมและความหลากหลายทางเพศ นโยบายด้านความโปร่งใส และนโยบายด้านการยกฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

การเผยแพร่เนื้อหา นโยบายในการเลือกตั้งเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญ และสะท้อนให้เห็นถึงความคิด วิสัยทัศน์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผ่านนโยบายต่าง ๆ ที่มีข้อความสั้น กระชับ ได้ใจความ หรือคำขวัญ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจง่าย โดยผู้สมัครจะผลิตสื่อ ๆ ต่าง ประกอบไปด้วย เอกสารแนะนำตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง อาทิ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ สปอตโฆษณาหาเสียง อาทิ รถแห่ เวทีปราศรัย สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์กลยุทธ์หรือเนื้อหา นโยบายต่าง ๆ ของตนผ่านช่องทางดังกล่าว เพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มในพื้นที่ตนเองให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนานักการเมืองท้องถิ่นยุคใหม่

ผู้สมัครรับเลือกตั้งท้องถิ่นควรมีการศึกษาบริบทพื้นที่ สภาพแวดล้อม ความต้องการของประชาชนที่ต้องอยากให้พัฒนาท้องถิ่นตามความเหมาะสม หรือเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อตอบโจทย์ในการพัฒนาเมืองครอบคลุมภารกิจพื้นฐานกับวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น จากสังคมชนบทสู่สังคมเมืองแบบยุคใหม่ ที่มีการใช้ชีวิตที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การออกแบบประเด็นและเนื้อหาในการใช้นำเสนอเนื้อหา นโยบายสำหรับการ

รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาในระดับพื้นที่และยุทธศาสตร์ชาติ นอกจากนี้ผู้สมัครลงเลือกตั้งการเมืองท้องถิ่น ควรได้รับการฝึกอบรมและเพิ่มพูนความรู้ในการปกครองท้องถิ่นยุคใหม่และขอบข่ายการบริการสาธารณะของท้องถิ่นไทย เพื่อจะได้เข้าใจบริบทอำนาจหน้าที่ของท้องถิ่นได้ถูกต้องเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการดำเนินการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตสามารถต่อยอดจากข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ โดยเฉพาะประเด็นนโยบายสาธารณะที่มีเนื้อหาสื่อสารทางการเมืองแบบซ้ำซากร่ำว่าในอดีตที่ผ่านมาปัญหาเหล่านั้นไม่ได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้น นอกจากนั้นยังมีข้อเสนอแนะว่า หากสามารถทำวิจัยในขอบเขตที่กว้างขึ้นและมีการเปรียบเทียบในระดับพื้นที่จังหวัด ภูมิภาค และประเทศตามลำดับ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

โกวิทย์ พวงงาม. (2548). การปกครองท้องถิ่นไทย: หลักการและมิติใหม่ในอนาคต (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

คณะที่ปรึกษาผังเมืองรวมเมืองขอนแก่น. (2555). โครงการจัดทำแผนพัฒนาที่อยู่อาศัยระดับเมือง และแผนป้องกัน/แก้ไขชุมชนแออัด จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดขอนแก่น.

เทศบาลตำบลพระลับ. (2565). การแข่งขันเรือพายตำบลพระลับ 2565. สืบค้นจาก:

<http://www.phalub.go.th>. เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2565

เทศบาลตำบลพระลับ. (2565). สถานที่ท่องเที่ยว(2564). สืบค้นจาก: <http://www.phalub.go.th>. เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2565

นิรัตน์ เพชรรัตน์, อัญมณี ชูมน, อภิชาติ มหาราชเสนา, และ สมชาย สาโรวิท. (2564). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. *วารสาร มจร การพัฒนาลังคม*, 6 (1), 153-160. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/252677/170543> เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2565

พงษ์มนัส ดือด. (2563). พฤติกรรมการหาเสียงของพรรคการเมืองบนสื่อสังคมออนไลน์: Facebook. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(8), 437-450.

สืบค้นจาก: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/244854/166439>

เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2565.

พันธกานต์ ทานนท์. (2562). กลยุทธ์การตลาดการเมืองไทยปี 2562 กรณีศึกษา: พรรคอนาคตใหม่. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิวัติ*. 7(2), 96-116 สืบค้น

จาก: <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/246567/166814> เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2565.

วุฒิสาร ตันไชย. (2547). *สารานุกรมการปกครองท้องถิ่นไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สืบค้นจาก:

<https://shorturl.asia/uphDv>. เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2565.

เสถียร เขยประทับ. (2540). *การสื่อสารกับการเมือง: เน้นสังคมประชาธิปไตย*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2544). *การสื่อสารกับการเมือง* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ประสิทธิ์ภักดิ์ แอนด์ พรีนติ้ง.
อาทิตยา สมโลก และ จิรัชยา เจียวก. (2562). กลยุทธ์การจูงใจและวาทกรรมของป้ายโฆษณาหาเสียง
เลือกตั้งปี 2562 ในจังหวัดปัตตานี. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(2), 166-180.
สืบค้นจาก: <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/245246/166248> เมื่อ
วันที่ 28 ตุลาคม 2565

Translated Thai References

- Athitaya Somlok and Jirachaya Jeawkok. (2022). *Motivation Strategies and Discourse in 2019 Election Campaign Billboards in Pattani Province*. *Siam Communication Review*, 24 (2), 166-180. From: <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/245246/166248>. Retrieved October 28, 2022. (In Thai)
- Khon Kaen City Planning Advisory Group (2012) *The Urban Housing Development Plan and the Khon Kaen Slum Prevention / Rehabilitation Plan*. (Research report). Khon Kaen: Department of Public Works and Town & Country Planning.
- Kowit Puang-ngam. (2005). *Local Administrative Organizations: Fundamentals and Future Dimension*. (1). Winyuchon Publication House.
- Nirat Pechrat, Anyamanee Chumanee, Apichat Maharachsen, and Somchai Sarovat. (2021). *Campaign Strategies of Candidates for Chief Executive of the Provincial Administration Organization*. *Journal of MCU Social Development*, 6 (1), 153-160.
From: <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/252677/170543>. Retrieved October 28, 2022. (In Thai)
- Pongmanut Deeod. *Campaign Behaviour of Political Partirs on Social Media: Facebook*. *Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology* Vol.5 No.8 (August 2020). 5(8), 437-450.
From: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/244854/166439>
Retrieved October 28, 2022. (In Thai)
- Phanthakan Thanon. (2019). *Thai Political Marketing Strategy 2019 : Case study: Future Forward Party Abstract*. *Journal of communication and innovation NIDA*. 7(2), 96-116. From: <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/246567/166814>. Retrieved October 28, 2022. (In Thai)
- Pra Lub Municipal District. (2022). Tourist attraction. From: <http://www.phalub.go.th>.

Retrieved December 30, 2022. (In Thai).

Pra Lub Municipal District. (2022). *Pra Lub, boat racs*. From: <http://www.phalub.go.th>.

Retrieved December 30, 2022. (In Thai).

Sathian Choeiprathap. (1997) . Political Communication: Focus on Democratic Society.
Chulalongkron University press.

Surapongse Sotanasathien. (2001). Political Communication. (3). PRASITPHAN & PRINTING LTD.,
PART.

Woothisarn Tanchai.(2003). *Encyclopedia of Thai Local Government*.(1).

From: <https://shorturl.asia/uphDv>. Retrieved October 28, 2022. (In Thai)