

ยุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล Strategic Policy Making of Political Parties in the Digital Era

มนตรี วีรยางกูร (Montri Verayangkura)¹
สุปราณี ธรรมพิทักษ์ (Supranee Thammaphithak)²
¹ดร., นักวิชาการอิสระ

Dr., Independent Scholar

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ประจำคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

Asst. Prof. Dr., Faculty of Political Science and Law Burapha University, Corresponding Author

E-mail: _dr.montri.br@gmail.com¹, supraneet@buu.ac.th²

Received: 23 May 2024

Revised: 25 June 2024

Accepted: 26 June 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารชั้นรองและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย นักการเมือง นักวิชาการ นักธุรกิจ และประชาชน จำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะถูกวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบบหน่วยบริบท (Contextual Unit)

ผลการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค SWOT Matrix พบว่า จากทางเลือกที่แตกต่างกันทั้งหมด 4 รูปแบบ ได้แก่ ทางเลือกเชิงรุก (SO Strategy) เชิงป้องกัน (ST Strategy) เชิงแก้ไข (WO Strategy) และเชิงรับ (WT Strategy) ทำให้วิเคราะห์ทางเลือกที่แตกต่างกันได้ 11 ประเด็นยุทธศาสตร์ และสามารถนำมาจัดกลุ่มสรุปรวมเป็นยุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล ได้จำนวน 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1: พัฒนานโยบายด้วยข้อมูล Big data และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยกระดับเครือข่ายนโยบายให้เป็นคลังสมอง ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อกำหนดนโยบาย โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อให้ยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) พรรคการเมืองควรพัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับภาคีความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ 2) พรรคการเมืองควรปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานใน

รูปแบบใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในพรรค ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนานโยบายและพัฒนางานการให้ก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ 3) พรรคการเมืองควรพัฒนาต้นแบบคลังสมองด้านนโยบายของพรรคการเมือง 4) พรรคการเมืองส่งเสริมการเปิดเวทีสาธารณะให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้มีเวทีแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายของพรรค

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, การกำหนดนโยบาย, พรรคการเมือง, ยุทธวิธี

Abstract

The purpose of this research was to study recommendations for policy-making strategies of political parties in the digital era. It is qualitative research. This research used a qualitative research consisting of studying information from secondary documents and in-depth interviews. There were 19 key informants including politicians, academics, businessmen, and citizens. The research tools were semi-structured interviews created by the researcher. Data obtained from in-depth interviews and secondary data will be analyzed using content analysis with contextual unit.

The results of the analysis by using the SWOT Matrix technique found that from a total of 4 different alternatives, namely proactive (SO Strategy), preventive (ST Strategy), corrective (WO Strategy) and defensive (WT Strategy) can be analyzed different options in 11 strategic issues and grouped together into 3 strategies for policy-making of political parties in the digital age as follows; Strategy1: Develop policies with big data and modern digital system, Strategy2: Upgrade the policy network into a think tank, Strategy3: Develop communication channels for policy formulation. Suggestions for the strategy to be successful include: 1) Political parties should develop and link databases with cooperation partners from various parties. 2) Political parties should adjust their work processes in new ways by giving importance to developing the abilities of party personnel to have the capacity to develop policies and develop organizations towards excellence. 3) Political parties should develop a prototype think tank for political party policy. 4) Political parties promote the opening of public forums to stakeholders to express their opinions.

Keywords: Strategy, Policy Making, Political Parties, Digital Era

บทนำ

พรรคการเมืองมีความสำคัญในการประสานประโยชน์อันเกิดจากความขัดแย้ง เพื่อนำไปสู่การตกลงโดยวิถีทางประชาธิปไตย ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ และปัญหาต่าง ๆ ของประชาชนสามารถแก้ไขได้ โดยพรรคการเมืองจะทำการรวบรวมปัญหาและความต้องการของประชาชน และกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ มาศึกษาสาเหตุที่ประชาชนหรือกลุ่มที่มีความคิดเห็นแตกต่าง สามารถยอมรับและสามารถตกลงกันได้ จากนั้นจะนำไปกำหนดเป็นนโยบายของพรรคการเมือง (party platform) เพื่อใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง เมื่อพรรคการเมืองได้เป็นรัฐบาลก็จะไปเสนอการตรากฎหมาย หรือปรับปรุงแก้ไขกฎหมายตามนโยบายของพรรคการเมืองที่ได้แถลงต่อสาธารณชนไว้ต่อไป พรรคการเมืองจึงเป็นศูนย์รวมของความต้องการของประชาชน การนำเสนอข้อมูลความต้องการหรือปัญหาของสังคมหรือชุมชนต่าง ๆ นั้น ย่อมต้องผ่านตัวแทนของพรรคการเมืองและจัดทำเป็นประชามติของสังคมผ่านพรรคการเมือง เพื่อนำไปสู่การลงประชามตินโยบาย ด้วยการเลือกตั้งต่อไป (แสง บุญมี, 2560)

เป็นที่ทราบกันดีว่านโยบายสาธารณะที่ดีควรเป็นนโยบายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาในปัจจุบันให้เบาบางหรือหมดสิ้นไป อันจะนำไปสู่การกินดีอยู่ดีหรือการมีคุณภาพชีวิต (quality of life) ที่ดีของประชาชนโดยรวม เป็นการกำหนดนโยบายเพื่อก่อให้เกิดผลที่พึงปรารถนาหรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อการพัฒนาในอนาคตหรือแก้ไขปัญหาในอนาคต ดังนั้นการกำหนดนโยบายสาธารณะ จึงเป็นขั้นตอนสำคัญขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการนโยบายสาธารณะ เนื่องจากเป็นขั้นตอนแรกที่ปัญหาสาธารณะหรือข้อเสนอจากกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมได้รับความสนใจจากผู้นำทางการเมือง และถูกนำไปพิจารณาและจะทำให้เกิดการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว รวมทั้งป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือสภาพการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ขึ้นในสังคม เมื่อผู้กำหนดนโยบายได้ตัดสินใจเลือกทางใดไปแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติ โดยทั่วไปการกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นหน้าที่หลักของรัฐบาล แม้ว่ารัฐบาลจะเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายสาธารณะ โดยบัญญัติของรัฐธรรมนูญและกฎหมายต่าง ๆ แต่นโยบายสาธารณะเป็นสิ่งที่มีความผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมทุกคน จึงมีหลายฝ่ายพยายามที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายดังกล่าว เพื่อให้ทิศทางของนโยบายสาธารณะเป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการ

ดังนั้นความเป็นจริงในชีวิตทางการเมือง รัฐบาลจึงไม่ใช่องค์กรเพียงหนึ่งเดียวที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายสาธารณะเท่านั้น แต่อาจได้รับอิทธิพลหรือถูกกดดันจากองค์กรและกลุ่มอื่นในสังคม ซึ่ง Anderson (1994) ได้กล่าวถึงบุคคลที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะว่าสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะอย่างเป็นทางการ (official policy makers) ได้แก่ ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร ข้าราชการ และฝ่ายตุลาการ และกลุ่มที่สอง ได้แก่ ผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะอย่างไม่เป็นทางการ (unofficial participants) ได้แก่ กลุ่มผลประโยชน์ พรรคการเมือง และปัจเจกชน เป็นต้น

ในสังคมสมัยใหม่จะมีพรรคการเมือง (political parties) ทำหน้าที่ในการเรียกร้องผลประโยชน์ (interest articulation) และรวบรวมกลั่นกรองผลประโยชน์ (interest aggregation) เพื่อเสนอต่อรัฐบาลในการกำหนดทางเลือกนโยบาย เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม หรือตอบสนองความต้องการของประชาชน ซึ่งพรรคการเมืองคือสถาบันหลักที่ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่าง “ภาครัฐ” กับ “ภาคประชาชน” โดยที่พรรคการเมืองจะนำเอาปัญหาหรือความต้องการของประชาชนมาแปลงเป็นนโยบายของพรรค เพื่อนำนโยบายเหล่านั้นไปปฏิบัติ เมื่อได้รับเลือกตั้งเข้าไปทำหน้าที่ฝ่ายนิติบัญญัติหรือฝ่ายบริหาร (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2562) สอดคล้องกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ. 2560 (2560) หมวด 2 การดำเนินกิจกรรมของพรรคการเมือง มาตรา 23 (2) ร่วมกับประชาชนในการหาแนวทางการพัฒนาประเทศ และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างมีเหตุผล โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านวัตถุกับการพัฒนาด้านจิตใจ และความอยู่เย็นเป็นสุขของประชาชนประกอบกัน จะเห็นได้ว่าพรรคการเมืองมีบทบาทสำคัญร่วมกับประชาชน ในการกำหนดนโยบายร่วมกันในการพัฒนาประเทศ ประกอบกับเป้าหมายการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ การพัฒนาพรรคการเมืองให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและรองรับโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 โดยยึดหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน (better governance, happier citizens) จะทำให้พรรคการเมืองสามารถเป็นที่ไว้วางใจและเป็นที่พึ่งของประชาชนได้อย่างแท้จริง กล่าวคือพรรคการเมืองต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานของพรรคใหม่ กล่าวคือมีการเปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน (open and connected government) โดยต้องมีความเปิดเผยโปร่งใส ในการพัฒนานโยบาย โดยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลการพัฒนานโยบายของพรรคการเมืองได้ หรือมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน และสามารถเข้ามาตรวจสอบการทำงานได้ ด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ในการกำหนดนโยบาย

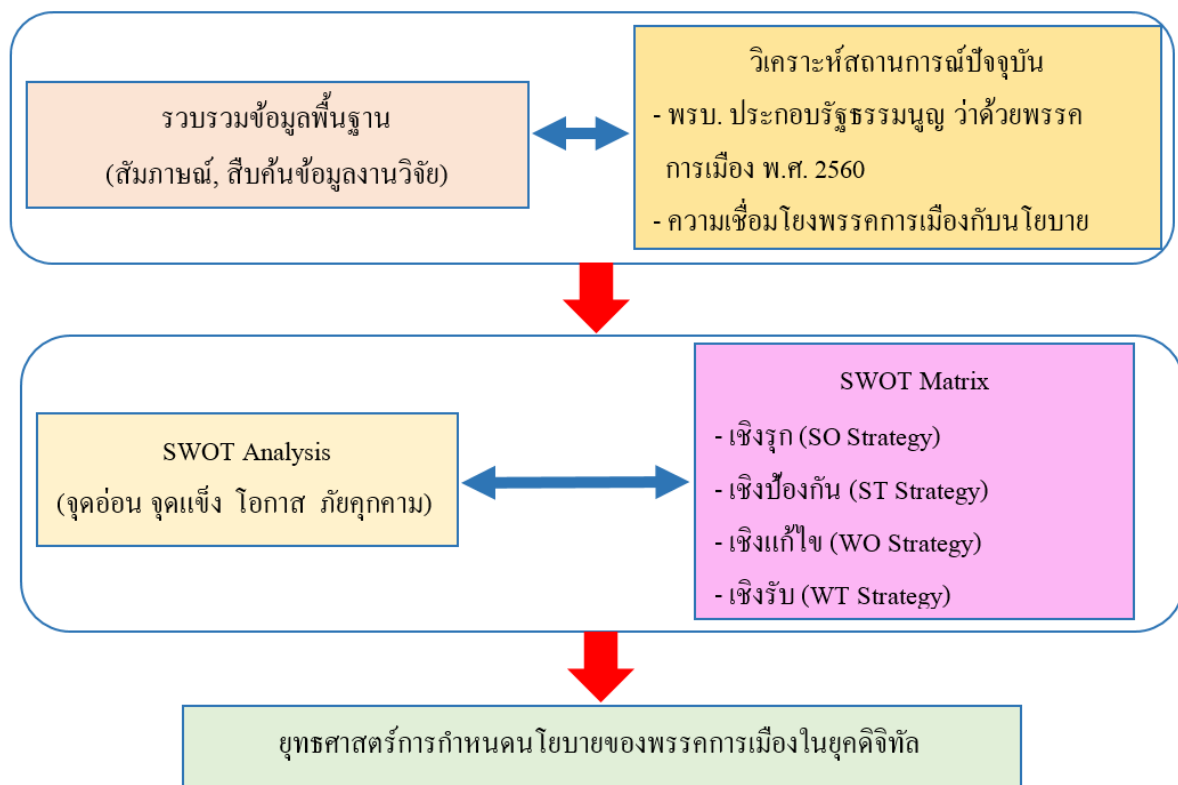
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงนำมาสู่การศึกษายุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้พรรคการเมืองนำข้อเรียกร้อง หรือความต้องการของประชาชน มาจัดทำนโยบายต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา พัฒนาประเทศ ตลอดจนเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ Kotler & Armstrong (2018) และแนวคิด PESTLE Analysis ของ Aguilar (1967) เป็นแนวทางในการศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารชั้นรองและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย นักการเมือง นักวิชาการ นักธุรกิจ และประชาชน จำนวน 19 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

- 1) เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพรรคการเมือง การเมือง การปกครอง และระบบราชการ
- 2) เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดทำยุทธศาสตร์
- 3) เป็นผู้ที่มีการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป
- 4) เป็นผู้ที่มีความยินดีเข้าร่วมกระบวนการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่ม		จำนวน (คน)
นักการเมือง	สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบเขต	3
	สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ	1
นักวิชาการ	ด้านกฎหมาย	2
	รัฐศาสตร์	3
นักธุรกิจ		5
ประชาชน		5
รวม		19

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภัยคุกคาม ปัจจัยสนับสนุน ปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เพื่อสร้างกรอบแนวคิดและนิยามศัพท์เฉพาะ
2. สร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ฉบับร่าง
3. นำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างฉบับร่าง ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อประเมินว่าข้อคำถาม สามารถวัดได้ตรงกับเนื้อหาที่กำหนดหรือไม่ โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ แล้วนำผลมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ทุกข้อคำถาม มีค่า IOC มากกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเอกสาร (documentary research) ทำการศึกษาข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
2. ติดต่อประสานงานไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจัดทำหนังสือเชิญเป็นผู้ร่วมวิจัย พร้อมชี้แจงรายละเอียดของการดำเนินการวิจัย และจัดส่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญศึกษาล่วงหน้า
3. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตาม วัน เวลา ที่นัดหมาย
4. ทำการถอดเทปการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)
5. ทำการจัดระเบียบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จะถูกวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) แบบหน่วยบริบท (contextual unit) รวมทั้งวิธีการวิเคราะห์อื่น ๆ เช่น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (analytic induction) โดยสร้างข้อมูลเป็นข้อสรุปชั่วคราวและเชื่อมโยงข้อสรุปย่อยต่าง ๆ เพื่อแสดงความสัมพันธ์และนำไปสู่ข้อสรุปที่ใหญ่ขึ้น
2. การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (comparative analysis) โดยการเปรียบเทียบจากความเหมือนและความแตกต่างที่มีอยู่ในคุณลักษณะ (qualities) หรือคุณสมบัติ (attributes) ของข้อมูล
3. จากข้อมูลทั้งหมดประมวลสรุปผลจากแบบสัมภาษณ์เป็นหลัก และใช้ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นข้อมูลประกอบเพื่อสรุปเป็นภาพรวมทั้งหมดของการวิจัย

การตรวจสอบข้อมูล

ในการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยที่เรียกว่า multiple triangulation ดังต่อไปนี้ (Yin, 2003)

1. Data Triangulation คือ การใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน ได้แก่ การศึกษาเอกสารและการเก็บข้อมูลจากบุคคลในสถานที่ที่แตกต่างกัน
2. Investigator Triangulation คือ การใช้ผู้เก็บข้อมูลหลายคนในแต่ละสถานการณ์
3. Theory Triangulation คือ การใช้ทฤษฎีต่างกันในการตีความปรากฏการณ์

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength: S) และจุดอ่อน (Weakness: W) และปัจจัยภายนอก ได้แก่ การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity: O) และภัยคุกคาม (Threat: T)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. พรรคการเมืองมีนักการเมืองที่มีความรู้ความสามารถในหลากหลายสาขาอาชีพ	1. โครงสร้างของพรรคการเมืองยังรวมศูนย์อำนาจอยู่ที่สำนักงานใหญ่ ขาดการกระจายอำนาจไปยังภูมิภาค
2. พรรคการเมืองมีนักการเมืองที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ	2. พรรคการเมืองไม่ให้ความสำคัญของสาขาพรรค ทำให้สาขาพรรคไม่ได้ดำเนินการทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>3. พรรคการเมืองได้นำหลักวิชาการ โดยคือนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญ เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของพรรค</p> <p>4. พรรคการเมืองมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อทีวี</p> <p>5. ความมีเอกภาพของพรรคการเมือง มีเอกภาพสูง นโยบายที่เป็นประโยชน์จะสามารถขับเคลื่อนได้รูปแบบ</p> <p>6. มีฐานคะแนนเสียงเฉพาะที่ยึดติดกับพรรคการเมือง</p>	<p>3. สาขาพรรคยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะทำกิจกรรมทางการเมือง</p> <p>4. นโยบายของพรรคการเมืองไม่เอื้อต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>5. พรรคการเมืองมีการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองเฉพาะช่วงที่มีการเลือกตั้ง ในเวลาปกติการดำเนินการต่าง ๆ จะขึ้นอยู่กับบทบาทของนักการเมืองไม่ใช่มหาชนของพรรค</p> <p>6. นโยบายของไม่สามารถใช้ได้จริงมาจากบนลงล่าง</p> <p>7. นโยบายของพรรคการเมืองไม่สะท้อนปัญหาที่แท้จริงของประเทศไทยและประชาชน</p> <p>8. นโยบายของภาครัฐที่พรรคการเมืองผลักดัน ส่วนหนึ่งกลายเป็นนโยบายที่เอื้อประโยชน์ของกลุ่มทุนมากเกินไป</p> <p>9. นโยบายทางด้านเศรษฐกิจไม่แน่นอน และไม่แน่นอน ไม่สานงานต่อจากนโยบายครั้งก่อน ๆ</p> <p>10. พรรคมีจุดยืนที่ไม่แน่นอน ไม่ชัดเจน มีรายละเอียดไม่เพียงพอ</p> <p>11. พรรคมีการดึงสมาชิกพรรคที่มีผลงานไม่ดี มีชื่อเสียงด้านคอร์รัปชัน</p> <p>12. พรรคมีการจัดตั้งในแบบเฉพาะกิจคือไม่ได้เกิดจากอุดมการณ์ที่แท้จริง</p> <p>13. พรรคการเมืองไม่มีทีมเศรษฐกิจที่เป็นมืออาชีพหรือไม่ได้รับการยอมรับ ขาดความรู้ความสามารถที่แท้จริงในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย</p> <p>14. พรรคการเมืองยังไม่มีความเป็นสถาบันทางการเมืองไม่สามารถรวบรวมความคิดเห็นของประชาชน และสะท้อนความต้องการของประชาชน ผลักดันเป็นนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างแท้จริง</p>

จุดแข็ง	จุดอ่อน
	15. การขาดนักวิชาการหรือหน่วยงานวิจัย (บางพรรคมีก็ยังไม่ดี - โคดเด่นพอ) ให้การสนับสนุนเรื่องข้อมูลความรู้เพื่อนำเสนอต่อสาธารณะและพัฒนาเป็นนโยบายพรรคการเมือง
โอกาส	ภัยคุกคาม
<p>1. บทบาทของสื่อมวลชนและเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้พรรคการเมืองสามารถสื่อสารกับประชาชนจำนวนมากได้</p> <p>2. ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมทางการเมืองในลักษณะของการสนใจทางการเมืองมากขึ้น</p> <p>3. มีการรวมตัวกันของเครือข่ายนโยบายในระดับต่างๆ จำนวนมาก เช่น เครือข่ายนโยบายระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น เครือข่ายนโยบายเฉพาะประเด็น</p> <p>4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ได้แก่ การติดต่อสื่อสารและ Social Media คือช่องทางที่พรรคการเมืองจะใช้ในการรับฟังความคิดเห็นระดมข้อเสนอแนะได้ง่ายที่สุดและไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายรวมทั้งในการเผยแพร่ข้อมูลของพรรคการเมือง</p>	<p>1. ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในระบบพรรคการเมือง ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของพรรคการเมืองอย่างแท้จริงหรือพรรคการเมืองรับสมาชิกเข้าพรรคการเมือง โดยที่เจ้าตัวไม่ทราบว่ามีสิทธิและหน้าที่อย่างไร</p> <p>2. ประชาชนไม่ให้ความสำคัญของพรรคแต่ให้ความสำคัญกับตัวบุคคลมากกว่า</p> <p>3. มีการแทรกแซงจากผู้มีอิทธิพลภายนอก ทำให้ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจใช้ความรู้ความสามารถไม่เต็มที่</p> <p>4. ระบบรัฐอุปถัมภ์ มีนายทุนเป็นเบื้องหลังให้พรรคนายทุนทำให้นักธุรกิจนำการเมือง</p> <p>5. การปลุกกระแสมหาชนทางการเมือง ทำให้ประชาชนที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันออกมาเผชิญหน้ากัน การไม่ยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างเป็นภัยคุกคาม การพัฒนาประเทศ</p> <p>6. การตื่นตัวของประชาชนและความต้องการที่หลากหลาย และแตกต่างกัน อาจเป็นอุปสรรคที่ต้องสร้างความเข้าใจ ความสมดุลให้เกิดขึ้น</p> <p>7. กฎหมายพรรคการเมืองมีลักษณะบังคับมากเกินไป ไม่ปล่อยให้พรรคการเมืองพัฒนาการเอง</p>

2. การจัดทำ SWOT Matrix

ในการจัดทำยุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ โดยอาศัยเครื่องมือ SWOT Matrix และนำผลการวิเคราะห์ SWOT

มากำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ทางเลือก ตลอดจนรวบรวม บูรณาการเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่ส่งผลต่อการกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงเมตริกซ์ โดยใช้เทคนิค SWOT Matrix

	S	W
	<p>S1. พรรคการเมืองมีนักการเมืองที่มีความรู้ ความสามารถในการหลากหลายสาขาอาชีพ</p> <p>S2. พรรคการเมืองมีนักการเมืองที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถ</p> <p>S3. พรรคการเมืองได้นำหลักวิชาการโดยดิ่งนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญ เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย</p> <p>S4. พรรคการเมืองมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อทีวี</p> <p>S5. ความมีเอกภาพของพรรคการเมือง เป็นประโยชน์จะสามารถขับเคลื่อนเต็มรูปแบบ</p> <p>S6. มีฐานคะแนนเสียงเฉพาะที่ยึดติดกับพรรคการเมือง</p>	<p>W1. โครงสร้างของพรรคการเมืองยังรวมศูนย์อำนาจอยู่ที่สำนักงานใหญ่</p> <p>W2. สาขาพรรคการเมือง ไม่ได้ดำเนินการทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง</p> <p>W3. สาขาพรรคการเมืองยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะทำกิจกรรมทางการเมือง</p> <p>W4. นโยบายของพรรคการเมืองไม่เอื้อต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>W5. พรรคการเมืองมีการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองเฉพาะช่วงที่มีการเลือกตั้ง</p> <p>W6. นโยบายของพรรคไม่สามารถใช้ได้จริงมาจากบนลงล่าง</p> <p>W7. นโยบายของพรรคไม่สะท้อนปัญหาของประเทศชาติและประชาชน</p> <p>W8. นโยบายของภาครัฐที่พรรคการเมืองผลักดัน ส่วนหนึ่งกลายเป็นนโยบายที่เอื้อประโยชน์ของกลุ่มทุนมากเกินไป</p>

		<p>W9. นโยบายไม่แน่นอน และไม่ป็นรูปธรรม ไม่สานงานต่อจากนโยบายครั้งก่อน ๆ</p> <p>W10. พรรคมีจุดยืนที่ไม่แน่นอน ไม่ชัดเจน มีรายละเอียดไม่เพียงพอ</p> <p>W11. พรรคมีการดึงสมาชิกพรรคที่มีผลงานไม่ดี มีชื่อเสียงด้านคอร์รัปชัน</p> <p>W12. พรรคมีการจัดตั้งในแบบเฉพาะกิจคือไม่ได้เกิดจากอุดมการณ์ที่แท้จริง</p> <p>W13. พรรคการเมืองไม่มีทีมเศรษฐกิจที่เป็นมืออาชีพหรือไม่ได้รับการยอมรับ</p> <p>W14. พรรคการเมืองยังไม่มีความเป็นสถาบันทางการเมืองเพียงพอ ไม่สามารถรวบรวมความคิดเห็นของประชาชนได้</p> <p>W15. การขาดนักวิชาการหรือหน่วยงานวิจัย</p>
<p>O</p> <p>O1. บทบาทของสื่อมวลชนและเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้พรรคการเมืองสามารถสื่อสารกับประชาชนจำนวนมากได้</p> <p>O2. ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมทางการเมืองในลักษณะของการสนใจทางการเมืองมากขึ้น</p> <p>O3. มีการรวมตัวกันของเครือข่ายนโยบายในระดับต่าง ๆ จำนวนมาก</p>	<p>SO</p> <p>1. เป็นพรรคการเมืองที่ใช้ข้อมูล big data และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ S1, S2, S3, S4, S5, S6, O1, O2, O3, O4</p>	<p>WO</p> <p>1. เพิ่มศักยภาพสาขาพรรคการเมืองให้ดำเนินกิจการทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง W1, W2, W3, W5, O1, O4</p> <p>2. ส่งเสริมกระบวนการกำหนดนโยบายจากล่างขึ้นบน W4, W6, W7, W8, W9, O2, O3</p> <p>3. ยกย่องพรรคการเมืองให้เป็นสถาบันการเมือง W10, W12, W14, O2, O3</p>

<p>O4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ได้แก่ การติดต่อสื่อสารและ Social Media คือช่องทางที่พรรคการเมือง จะใช้ในการรับฟังความคิดเห็น ระดมข้อเสนอแนะ</p>		<p>4. ยกระดับเครือข่ายนโยบายให้เป็น คลังสมองด้านเศรษฐกิจ W11, W13, W15, O3, O4</p>
<p>T</p> <p>T1. ประชาชนยังขาดความรู้ความ เข้าใจในระบบพรรคการเมือง ไม่มี ส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของ พรรคการเมืองอย่างแท้จริง</p> <p>T2. ประชาชนไม่ให้ความสำคัญของ พรรคแต่ให้ความสำคัญกับตัวบุคคล มากกว่า</p> <p>T3. มีการแทรกแซงจากผู้มีอิทธิพล ภายนอก</p> <p>T4. ระบบรัฐอุปถัมภ์ มีนายทุนเป็น เบื้องหลังให้พรรค</p> <p>T5. การปลุกกระดมทางการเมือง</p> <p>T6. การตื่นตัวของประชาชนและ ความต้องการที่หลากหลาย และ แตกต่างกัน อาจเป็นอุปสรรคที่ต้อง สร้างความเข้าใจ</p> <p>T7. กฎหมายพรรค การเมืองมีลักษณะบังคับมากเกินไป ไม่ปล่อยให้พรรคการเมือง พัฒนาตนเอง</p>	<p>ST</p> <p>1. พัฒนาพรรคการเมืองให้เป็น สถาบันการเมือง S1, S2, T1, T4</p> <p>2. ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการดำเนินกิจกรรม ของพรรคการเมือง S3, T1, T2</p> <p>3. พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสาร ระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชน S4, S5, S6, T1, T2, T5, T6, T7</p>	<p>WT</p> <p>1. พัฒนาสาขาพรรคการเมืองให้ ดำเนินกิจการทางการเมืองอย่าง ต่อเนื่อง W1, W2, W3, W5, T1, T6, T7</p> <p>2. พัฒนาพรรคการเมืองให้เป็น สถาบันการเมือง W4, W6, W7, W8, W9, W10, W12, W14, T3, T4, T5</p> <p>3. พัฒนาเครือข่ายนโยบายให้เป็น คลังสมองด้านเศรษฐกิจ W11, W13, W15, T3, T4</p>

ตารางที่ 6 สรุป SWOT Matrix

SWOT	S	W
O	<p>ทางเลือกเชิงรุก (SO Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นพรรคการเมือง 4.0 	<p>ทางเลือกเชิงแก้ไข (WO Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มศักยภาพสาขาพรรคการเมืองให้ดำเนินกิจการทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง 2. ส่งเสริมกระบวนการกำหนดนโยบายจากล่างขึ้นบน 3. ยกระดับพรรคการเมืองให้เป็นสถาบันการเมือง 4. ยกระดับเครือข่ายนโยบายให้เป็นคลังสมอง
T	<p>ทางเลือกเชิงป้องกัน (ST Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาพรรคการเมืองให้เป็นสถาบันการเมือง 2. ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินกิจกรรมของพรรคการเมือง 3. พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชน 	<p>ทางเลือกเชิงรับ (WT Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาสาขาพรรคการเมืองให้ดำเนินกิจกรรมทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง 2. พัฒนาพรรคการเมืองให้เป็นสถาบันการเมือง 3. พัฒนาเครือข่ายนโยบายให้เป็นคลังสมอง

จากทางเลือกที่แตกต่างกันทั้งหมด 4 รูปแบบ ทำให้สามารถวิเคราะห์ทางเลือกที่แตกต่างกันทั้งหมด 4 รูปแบบและ 11 ประเด็นยุทธศาสตร์มาจัดกลุ่มสรุปรวมเป็นยุทธศาสตร์การกำหนดนโยบายของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล ได้จำนวน 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: พัฒนานโยบายด้วยข้อมูล big data และระบบดิจิทัลสมัยใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยกระดับเครือข่ายนโยบายให้เป็นคลังสมอง

ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อกำหนดนโยบาย

อภิปรายผล

ยุทธศาสตร์ที่ 1: พัฒนานโยบายด้วยข้อมูล Big data และระบบดิจิทัลสมัยใหม่

เพื่อให้การกำหนดนโยบายของพรรคการเมือง สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบันที่เป็นยุคดิจิทัล พรรคการเมืองควรมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานของพรรคใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2563) สรุปว่าพรรคการเมืองจะต้องทำงานแบบเปิดกว้างและเชื่อมโยงกับทุกภาคส่วน (open and connected government) มีความโปร่งใสในการพัฒนานโยบาย โดยให้

ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลการพัฒนาของพรรคการเมืองได้ หรือมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน และสามารถเข้ามาตรวจสอบการทำงานได้ และสอดคล้องกับแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ (New Public Service: NPS) ที่ให้ความสำคัญในเรื่องผลประโยชน์สาธารณะและสิทธิของพลเมืองในระบบประชาธิปไตย การดำเนินงานให้ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มีการทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า (Denhardt, R.B., & Denhardt, J.V., 2007) ดังนั้นพรรคการเมืองต้องตั้งคำถามเสมอว่าประชาชนจะได้อะไรจากนโยบายของพรรค นโยบายต้องมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาความต้องการของประชาชน เพื่อให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลในการกำหนดนโยบายเพื่อประชาชน พรรคการเมืองควรใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล big data และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ในการกำหนดนโยบาย ที่ตรงกับความต้องการของประชาชน และเพื่อรองรับการพัฒนาด้วยข้อมูล big data และระบบดิจิทัลสมัยใหม่ พรรคการเมืองจะต้องพัฒนาพรรคให้มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย (smart and high performance organization) โดยมีการทำงานอย่างเตรียมการไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง สร้างนวัตกรรมหรือความคิดริเริ่มและประยุกต์องค์ความรู้มาใช้ ในการตอบโต้กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน เพื่อสร้างคุณค่า มีความยืดหยุ่นและความสามารถในการตอบสนองกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่าง ทันเวลา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2565) เพื่อพัฒนาองค์การที่มีขีดสมรรถนะสูงและปรับตัวเข้าสู่สภาพความเป็นสำนักงานพรรคการเมืองสมัยใหม่ พรรคการเมืองต้องพัฒนาสมรรถนะบุคลากรของพรรค ให้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนกรทางความคิด (mindset) ของบุคลากร เพิ่มทักษะให้มีสมรรถนะที่จำเป็นในการใช้ดิจิทัล ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูล เพื่อนำไปสู่การพัฒนาของพรรค เพื่อสร้างคุณค่า (public value) และประโยชน์สาธารณะ (public interest) ให้แก่ประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยกระดับเครือข่ายนโยบายให้เป็นคลังสมอง

นโยบายที่ดีเป็นหนึ่งในเงื่อนไขสำคัญ ที่จะทำให้ประเทศประสบความสำเร็จในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี มีงานที่ดีทำ สังคมอยู่กันด้วยความสงบสุข บทบาทสำคัญประการหนึ่งของพรรคการเมืองภายใต้ระบบประชาธิปไตย คือ การนำเสนอนโยบายที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชน (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561) แต่เพื่อให้ได้รับการเลือกตั้ง บางครั้งนโยบายที่ทำให้รัฐบาลได้ชัยชนะในการเลือกตั้งอาจไม่ใช่ นโยบายที่ดี ประกอบกับสังคมปัจจุบันมีแนวโน้มเป็นสังคมเครือข่าย (network society) มากขึ้น ทำให้แนวทางการกำหนดนโยบายที่เน้นเฉพาะบทบาทภาครัฐ และการปกครองแบบที่เน้นการจัดการแนวดิ่ง (top down) อาจไม่สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาเครือข่ายนโยบาย (policy networks) และการบริหารจัดการในเชิงเครือข่ายในแนวระนาบ (network governance) จึงมีความเหมาะสมกับสถานการณ์การกำหนดนโยบายในปัจจุบัน (นันธิดา จันทศิริ, 2558) ซึ่งเครือข่ายนโยบายสามารถนำเสนอนโยบายที่ดีต่อประชาชนและพรรคการเมือง ตลอดจนการสื่อสารและเปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วมในการวิพากษ์วิจารณ์ ข้อดี ข้อเสียของนโยบายที่วางอยู่บนรากฐานของข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ นอกจากเครือข่ายนโยบายแล้ว คลังสมอง (think tank) จะทำให้พรรค

การเมืองมีข้อเสนอนโยบายที่ดีให้เลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2558) ได้ให้ความหมายของ think tank ว่าหมายถึง สถาบันที่ทำการศึกษาค้นคว้า วิจัย วิเคราะห์นโยบายสาธารณะ ทั้งที่เป็นนโยบายภายในหรือนโยบายระหว่างประเทศ เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ทำให้ผู้กำหนดนโยบายสามารถตัดสินใจในประเด็นนโยบายสาธารณะอยู่บนฐานข้อมูลความรู้ การมีคลังสมองของพรรคการเมืองจะส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เรื่องผลกระทบด้านต่าง ๆ ของนโยบายของพรรคก่อนจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองแบบมีเหตุผล

ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อกำหนดนโยบาย

ปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากขึ้น และมีความสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางการเมือง ที่พรรคการเมืองสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกพรรคหรือประชาชนทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนานโยบายที่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนส่วนใหญ่ และเป็นนโยบายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ ประชาชนจากทุกพื้นที่ทั่วประเทศ สามารถสะท้อนปัญหาและความต้องการผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ช่องทางอินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ยังมีสื่อออนไลน์หลายหลายประเภทที่สามารถสร้างพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ทางการเมืองให้มากขึ้น เนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นตัวกลางสำคัญในการติดต่อสื่อสาร เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วุฒิพร ลิ้มวรภักดิ์ และสุวิชา เป้าอารีย์ (2563) พบว่าบทบาทของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีบทบาทที่สำคัญของสื่อมวลชนในการสร้างพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสร้างประชาธิปไตยให้กับสังคม อันเป็นเวทีที่ประชาชนมาพบกันเพื่ออภิปรายโต้เถียงปัญหา การแลกเปลี่ยนกัน การรับรู้ร่วมกัน และนำมาสู่การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองของสาธารณชน สอดคล้องกับประชาธิปไตยยุคใหม่ที่ต้องการพลเมืองที่มีความรอบรู้ สามารถตัดสินใจปัญหาทางการเมืองได้ด้วยตัวเอง พลเมืองสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปอภิปรายโต้แย้ง ซึ่งน้ำหนักตัดสินใจ และลงมือกระทำการทางการเมืองต่อไปได้ นอกจากนี้ สุวิทย์ สาสนพิจิตร (2561) กล่าวว่าในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากนักการเมืองเป็นจำนวนมาก เนื่องจากต้นทุนต่ำ เป็นข้อดีที่ทำให้พรรคการเมืองต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองนั้นหากกระทำผ่านสื่อหลัก เช่น วิทยู โทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ต้องใช้เงินทุนค่อนข้างมาก ดังนั้น การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์จึงเปรียบเสมือนปัจจัยช่วยพรรคการเมืองไปโดยปริยาย ดังนั้นพรรคการเมืองควรใช้ช่องทางต่าง ๆ เหล่านี้ในการเชื่อมโยงกับประชาชนเพื่อให้ได้รับทราบปัญหาสาธารณะที่หลากหลายและครอบคลุม นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นการสื่อสารโดยตรงระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสาร ในอดีตการสื่อสารผ่านสื่อหลักนอกจากต้นทุนสูงแล้วยังมีความเสี่ยง ที่ว่าประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะไม่ได้รับสาร หรือกลุ่มผู้รับสารอาจจะไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของผู้ส่งสาร ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุเป้าประสงค์ แต่กับสื่อสังคมออนไลน์นั้น พรรคการเมืองต่างทราบ

คิดว่ากลุ่มเป้าหมายของตนเองนั้นเป็นใคร จึงมั่นใจได้ว่าสารที่ส่งไปนั้นต้องมีโอกาสบรรลุเป้าหมายมากกว่าสื่อหลัก สื่อสังคมออนไลน์มีความสะดวกรวดเร็ว การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น สามารถกระทำได้ตลอดเวลา พรรคการเมืองและนักการเมืองหลายคนใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวของตนให้ผู้รับสารได้ทราบ เหมือนว่าผู้รับสารนั้นได้อยู่กับนักการเมืองผู้นั้นตลอดเวลา รวมทั้งสามารถโต้ตอบกันได้ ความสามารถดังกล่าวเป็นสิ่งที่ทำให้ช่องว่างระหว่างนักการเมือง พรรคการเมือง และประชาชนลดลงทำให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมจนพัฒนาไปถึงขั้นการรวมกลุ่ม เพื่อแสดงออกทางการเมืองในวาระต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

1. พรรคการเมืองควรพัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับภาคีความร่วมมือจากฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล big data ให้มีการผสมผสานกันของการจัดเก็บและประมวลข้อมูลผ่านคลาวด์คอมพิวติ้ง (cloud computing) อุปกรณ์ประเภทสมาร์ทโฟน (smart phone) และการทำงานร่วมกันผ่านเครื่องมือต่าง ๆ (collaboration tools) เพื่อทำให้สามารถติดต่อกันได้อย่างเรียลไทม์ (real time)
2. พรรคการเมืองควรปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในรูปแบบใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในพรรค ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนานโยบายและพัฒนาองค์กรให้ก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ
3. พรรคการเมืองพัฒนาศักยภาพเครือข่ายนโยบายให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากเครือข่ายหนึ่งไปสู่อีกเครือข่ายหนึ่ง สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ปัญหา ความต้องการเกี่ยวกับการจัดทำนโยบาย
4. พรรคการเมืองควรพัฒนาต้นแบบคลังสมองด้านนโยบายของพรรคการเมือง โดยส่งเสริมให้ทำหน้าที่สำคัญ 2 ประการ คือ สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของประชาชน และนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา หรือนโยบายที่จะตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน
5. พรรคการเมืองส่งเสริมการเปิดเวทีสาธารณะให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้มีเวทีแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ และแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวกับนโยบายของพรรคอย่างเปิดเผยและโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยเน้นการสื่อสารแบบสองทาง และให้มีผู้เจรจาโดยตรง เช่น ระหว่างกลุ่มเป้าหมายและพรรคการเมือง
6. พรรคการเมืองควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อใหม่ (new media) ได้แก่ สื่อยุคดิจิทัล สื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ ให้สามารถสื่อสารได้ในลักษณะมัลติมีเดีย (multimedia) ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ การถ่ายทอดสด ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) ในการจูงใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานโยบาย

รายการอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2558). คลังสมอง (Think-Tank) กับการพัฒนาประเทศไทย. วันที่ค้นข้อมูล 22 มกราคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634063>
- นันธิดา จันทรศิริ. (2558). การจัดการเครือข่ายในกระบวนการนโยบายสาธารณะ. *สารอาศรมวัฒนธรรม วลัยลักษณ์*, 15(1), 145-153.
- พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ. 2560. (2560, 7 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 134 ตอนที่ 105 ก.
- วุฒิพร ลิ้มวราภัส และสุวิชา เป้าอารีย์. (2563). กระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์: กรณีศึกษา โพสต์ทูเดย์ และเนชั่น. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 6(2), 106-118.
- แสวง บุญมี. (2560). บทบาทของคณะกรรมการการเลือกตั้งกับการพัฒนาระบบพรรคการเมืองไทยเพื่อการปฏิรูปประเทศตามรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2562). ประกาศผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2566, เข้าถึงได้จาก https://www.ect.go.th/ect_th/download/article/article_20190508184334.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2565). คู่มือการประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบราชการ 4.0. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). บทบาทหน้าที่ของสาขาพรรคการเมืองตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2563). แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564). กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและแผนสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สุวิทย์ สารสินพิจิตร. (2561). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความนิยมพรรคการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสังคม, วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Aguilar, F, J. (1967). *Scanning the Business Environment*. New York: Macmillan.
- Anderson, E. (1994). *Public Policy Making: Introduction* (2 nd ed.). New York: Houghton Mifflin Company.

Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2007). *The New Public Service: Serving, Not Steering*. New York: M.E. Sharpe.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow, England: Pearson.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Design and Research: Design and Methods* (3 rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.