

ประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิก
สภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย *

EFFECTIVENESS OF POLITICAL COMMUNICATION TOWARDS
DECISION-MAKING OF UNDERGRADUATE STUDENTS IN LOEI
PROVINCE TO VOTE FOR MEMBERS OF PARLIAMENT (MPs)

หทัยรัตน์ หล่มภูเขียว¹ และ วีรนุช พรหมจักร²

Hatairat Lomphukhiew¹ and Weeranuch Promjak²

¹⁻²มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง

¹⁻²Mahamakut Buddhist University, Sri Lanchang Campus, Thailand

Corresponding Author's Email: Weeranuch.pr@mbu.ac.th

วันที่รับบทความ : 4 มิถุนายน 2568; วันแก้ไขบทความ 11 มิถุนายน 2568; วันตอบรับบทความ : 12 มิถุนายน 2568

Received 4 June 2025; Revised 11 June 2025; Accepted 12 June 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย (2) ศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา และ (3) เสนอรูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพสำหรับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร การสำรวจโดยแบบสอบถามจากนักศึกษาปริญญาตรี 374 คนใน 3 สถาบันในจังหวัดเลย และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สหสัมพันธ์เพียร์สัน

Citation:



* หทัยรัตน์ หล่มภูเขียว และ วีรนุช พรหมจักร. (2568). ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(3), 849-862.

Hatairat Lomphukhiew and Weeranuch Promjak. (2025). Effectiveness Of Political Communication Towards Decision-Making Of Undergraduate Students In Loei Province To Vote For Members Of Parliament (Mps).

Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(3), 849-862.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกตั้งอยู่ในระดับมาก โดยมีอำนาจในการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกตั้งร้อยละ 94.1 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์ทั้งแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้อย่างแม่นยำ

2) รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลในลักษณะ ระบบโดยใช้แนวคิด PDCA ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต และข้อมูลสะท้อนกลับ ซึ่งผ่านการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความสอดคล้อง และความเป็นประโยชน์อย่างครบถ้วนตามเกณฑ์ของ Guskey

3) การนำเสนอรูปแบบได้ โดยควรใช้สื่อที่เข้าถึงง่าย เช่น โซเชียลมีเดีย พร้อมเนื้อหาที่ถูกต้องและน่าสนใจ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนะสำหรับนักการเมือง หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา และสื่อมวลชนในการส่งเสริมกระบวนการเลือกตั้งที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งแนะนำการวิจัยในอนาคตเพื่อเปรียบเทียบบริบทต่าง ๆ และพัฒนาโมเดลที่เหมาะสมต่อสังคมไทย

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การสื่อสารทางการเมือง, การตัดสินใจ, การลงคะแนน

Abstract

This research aims to (1) examine the effectiveness level of political communication influencing the decision to vote for Members of Parliament (MPs) in Loei Province; (2) study political communication factors that influence the voting decisions of undergraduate students; and (3) propose a model for effective political communication for MPs in Loei Province. A mixed-methods approach was employed, including document analysis, a survey using questionnaires with 374 undergraduate students from three institutions in Loei Province, and in-depth interviews. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation, and stepwise multiple regression.

The findings revealed that:

1. The effectiveness of political communication in influencing voting decisions was at a high level, with a predictive power of 94.1%. Both raw score and standardized score prediction equations were accurately developed.

2. The effective political communication model follows the PDCA concept, comprising input factors, processes, outputs, and feedback. The model was thoroughly evaluated based on Guskey's criteria for appropriateness, feasibility, consistency, and usefulness.

3. The proposed model suggests utilizing accessible media such as social media platforms, along with accurate and engaging content, to foster understanding, build trust, and encourage sustainable political participation. Recommendations are provided for politicians, government agencies, educational institutions, and media organizations to enhance the quality of electoral processes. Future research is encouraged to compare different contexts and refine the model to suit Thai society.

Keywords: Effectiveness, Political Communication, Decision-Making, Voting

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ก่อนการเลือกตั้งทุกครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกตั้งทั่วไป (general election) รวมไปถึงการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้าน การเลือกตั้งประธานชุมชน การเลือกตั้งสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล การเลือกตั้งสมาชิกองค์การบริหารส่วนจังหวัด การเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาล เป็นต้น ผู้สมัครชิงตำแหน่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาต้องลงพื้นที่รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเพื่อเชิญชวนหรือโน้มน้าวให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งให้เกิดความสนใจและเชื่อในแนวทางหรือนโยบายที่ตนเองนำเสนอ รวมไปถึงแนวทางหรือนโยบายของพรรคหรือหน่วยงานต้นสังกัด การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเพื่อให้ได้รับเลือกนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งของสิ่งที่เรียกว่า การสื่อสารทางการเมือง (political communication) ที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ โดยถือว่าเป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ไ้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครองหรือผู้ได้ปกครองด้วยตนเอง ตามคำกล่าวของอริสโตเติลที่ว่า “การสื่อสารคือการแสวงหาวิธีการจูงใจทุกรูปแบบ” (David K. Berlo, 1960)

สหรัฐอเมริกาได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบของการศึกษาศาสตร์ด้านการสื่อสารทางการเมือง (เสถียร เขยประทับ, 2540) เริ่มต้นจากการศึกษาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ.1940 ซึ่งระบุว่า การรายงานข่าวของสื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง แต่การติดต่อพูดคุยกับบุคคลทั่วไปที่เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าคนอื่นกลับส่งผลมากกว่า (Paul Felix et al, 1944) อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดสื่อโทรทัศน์ขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1950 นักการเมืองมองเห็นว่า สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมอย่างมากและได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมือง โดยในปี ค.ศ.1956 นายพล ไอเซนฮาวน์ รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีทางโทรทัศน์ ในปี ค.ศ.1960 จอห์น เอฟ. เคนเนดี ก็ใช้สื่อโทรทัศน์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีการถ่ายทอดการโต้วาทีกับรองประธานาธิบดี ริชาร์ด นิกสัน ทางโทรทัศน์ และจากพลังอำนาจของสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้ชาวอเมริกันกว่าร้อยละ 60 เห็น และประทับใจในบุคลิกภาพ รูปลักษณ์และน้ำเสียงที่โดดเด่น จึงส่งผลให้จอห์น เอฟ. เคนเนดี ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีในที่สุด และทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกากลายมาเป็นต้นแบบของการศึกษาศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมือง นอกจากความเป็นประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งที่ทำให้คนทั่วโลกจับตามอง แล้วการสื่อสารทางการเมืองของสหรัฐอเมริกายังมีความแปลกใหม่แตกต่างไปจาก การสื่อสารทางการเมืองของประเทศอื่น ทั้งในส่วนของเนื้อหาสาระรวมไปถึงความเป็นผู้นำในการใช้สื่อใหม่ ๆ อีกด้วย และเหตุนี้เองที่บรรดาประเทศต่าง ๆ พากันศึกษากระบวนการและพัฒนากการสื่อสารทางการเมืองตามสหรัฐอเมริกา ต้นแบบการสื่อสารทางการเมืองที่เห็นถึงประสิทธิภาพในการสื่อสาร ในฐานะศาสตร์แขนงหนึ่งอย่างจริงจัง โดยการศึกษาเน้นมุ่งไปสู่ความพยายามที่จะอธิบายองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ตัวข้อมูลข่าวสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสารนี้ โดยองค์ประกอบทั้งหมดจะมีส่วนสัมพันธ์กันทางการเมืองอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน ในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง องค์ประกอบที่สำคัญอีกองค์ประกอบได้แก่การศึกษาถึงสื่อมวลชน ผู้ที่ทำหน้าที่สำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองไปยังประชาชน ซึ่งสื่อมวลชนนั้นมีหลายประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ รวมไปถึงสื่อใหม่อันได้แก่ สื่อ ดาวเทียม และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ที่ผ่านมาการนำเสนอข่าวการเมืองเป็นเรื่องที่ไม่น่าสนใจ ต่อมาจึงมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยนำเอาความบันเทิงเข้ามาผสมผสานและปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) เช่น การเล่าเรื่องข่าว ย่อยข่าวให้เข้าใจง่าย และมีการนำเสนอแบบถ่ายทอดสดทำให้คนทั่วไปสนุกและหันมาสนใจดูข่าวมากขึ้น จะเห็นได้

ว่าการสื่อสารทางการเมือง จากอดีตจนถึงปัจจุบันมีวิวัฒนาการไปตามลำดับ จากการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่มีสื่อมวลชนกระแสหลักเป็นผู้กำหนดวาระเนื้อหาข่าวของข่าวสาร การนำเสนอมาจนถึงสื่อใหม่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญทางการเมือง การเมืองเพราะเหตุที่อินเทอร์เน็ตนั้นแพร่ขยายไปในทุกครัวเรือน ทำให้ประชาชนสามารถรับข่าวสารโดยตรงจากนักการเมืองได้โดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ง่ายและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันการบิดเบือนข่าวสารก็สามารถแพร่ขยายได้รวดเร็ว การสื่อสารทางการเมืองในยุคข้อมูลข่าวสารนั้น จึงเป็นการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วแต่ป้องกันการบิดเบือนได้ยาก ดังนั้นทีมงานการสื่อสารของนักการเมืองทั้งหลายจึงล้วนต้องมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ไม่อาจใช้อาสาสมัครทั่วไปได้ เพราะการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งล้วนมีผลกระทบต่อคะแนนนิยมตลอดเวลา ดังนั้นความสำคัญของศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมืองจึงมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการขยายตัวเป็นวงกว้างจากโลกตะวันตกแพร่กระจายไปทุกภูมิภาคในโลก รวมถึงประเทศไทยที่ได้มีการศึกษาศาสตร์แขนงนี้อย่างกว้างขวางตั้งแต่ทศวรรษที่ 2540 เป็นต้นมา

ในการเลือกตั้งครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2566 คณะกรรมการการเลือกตั้ง หรือ กกต. เปิดเผยข้อมูลจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในแต่ละเจเนอเรชัน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 52,241,808 คน ประกอบด้วย 1. กลุ่มเจเนอเรชัน Z หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี 2547 ถึงก่อนวันที่ 16 พฤษภาคม 2548 หรือผู้ที่มีอายุ 18 ปี จำนวน 1,093,722 คน 2. กลุ่มเจเนอเรชัน Y ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2527-2546 มีอายุ 20-39 มีจำนวน 17,983,355 คน 3. เจเนอเรชัน X ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2506 - 2526 มีอายุ 40-60 มีจำนวน 20,882,235 คน 4. กลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี 2491 - 2505 ช่วงอายุ 61-75 มีจำนวน 9,326,314 คน และ 5. กลุ่มปีฟอร์เบบี้บูมเมอร์ หรือผู้ที่เกิดก่อนปี 2491 ที่อายุมากกว่า 75 ปี มีจำนวน 2,956,182 คน (ไทย พีบีเอส, 2566, 11 พฤษภาคม) ขณะที่คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ระบุว่า การเลือกตั้งปี 2566 มีผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งทั้งสิ้น 39,293,867 คนจากจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วประเทศ 52,241,808 คน คิดเป็นร้อยละ 75.22 ซึ่งถือว่าเป็นการเลือกตั้งที่มีผู้มาใช้สิทธิสูงที่สุด (เวิร์กพอยท์ ทูเดย์, 2566, 15 พฤษภาคม)

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษา

ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งจากพรรคการเมืองต่าง ๆ รวมไปถึงปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผล ซึ่งจะนำไปพิจารณาประกอบการสร้างรูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยนี้ใช้กลุ่มประชากรเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเลย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 374 คน จาก 3 สถาบันการศึกษา ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
3. วิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดเลย

สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 9 คน ซึ่งให้สัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย 4 ตอน
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ใช้รูปแบบ Check-list)

ตอนที่ 2 วัดระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมือง (มาตร Likert 5 ระดับ)

ตอนที่ 3 วัดปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมือง (มาตร Likert 5 ระดับ)

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้เก็บข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนาและประเมินรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงถึงความตรงของเนื้อหาในระดับดีมาก ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.983 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูงมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตเก็บข้อมูลจากมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยในจังหวัดเลย ผ่านหนังสือราชการอย่างเป็นทางการ

2. แจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาโดยตรง หรือในบางกรณีใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนก่อนดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติอนุมาน การทดสอบสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression)

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์โดย การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

1. ระดับประสิทธิผลการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิก สภาผู้แทนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 55.35 มีอายุระหว่าง 18 – 19 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 49.73 ส่วนใหญ่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 88.24 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 จำนวน 126 คน ส่วนใหญ่ศึกษาในคณะครุศาสตร์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 37.17

2. ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองและการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์กัน และปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมือง (X_1) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวแปร คือ นโยบายพรรคการเมือง (X_{12}) คุณสมบัติของผู้สมัคร (X_{13}) วิธีการหาเสียงเลือกตั้ง (X_{14}) การรับรู้ข่าวสาร (X_{15}) และการมีส่วนร่วมทางการเมือง (X_{16}) เป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 94.1 สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร มาสร้างสมการในรูปแบบคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

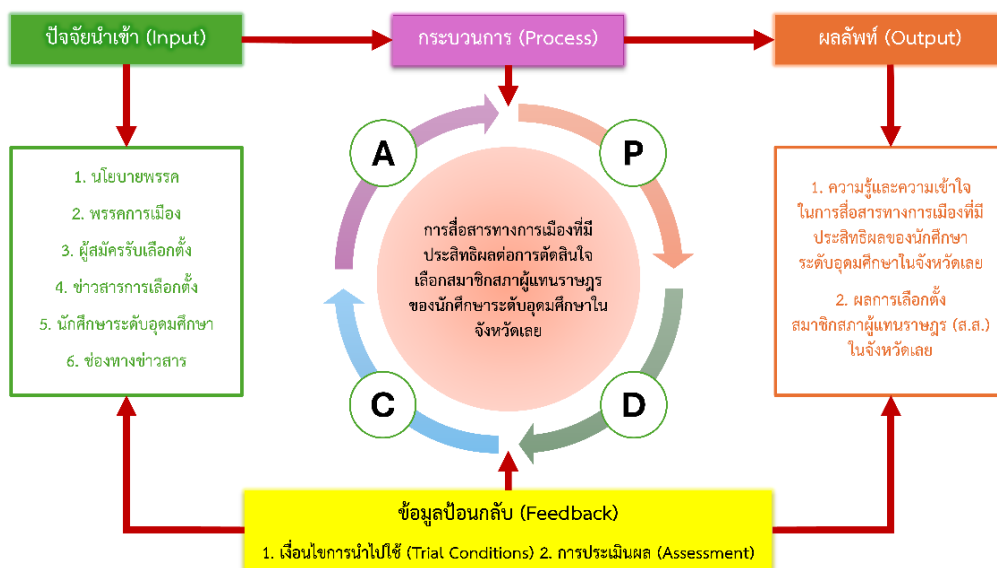
สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = .692 + .251(X_{16}) + .192(X_{15}) + .134(X_{13}) + .117(X_{12}) + .086(X_{14})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = .406(X_{16}) + .212(X_{15}) + .175(X_{12}) + .129(X_{13}) + .093(X_{14})$$

3. รูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย พบว่า มีลักษณะเป็นรูปแบบเชิงระบบ ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า คือ พรรคการเมือง นโยบายพรรค ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ข่าวสารพรรค และช่องทางสื่อสาร กระบวนการ คือ กระบวนการในการสื่อสารไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางสื่อสาร และมีขั้นตอนการดำเนินงานแบบ PDCA ผลผลิต คือ ความรู้และความเข้าใจของผู้รับสาร และผลการเลือกตั้ง และข้อมูลสะท้อนกลับ คือ เงื่อนไขการนำรูปแบบไปใช้ และผลการประเมินในขั้นตอนต่าง ๆ โดยรูปแบบมีผลการประเมินโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสรุปเป็นรูปแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลย

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ระดับประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเลยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเยาวชนมีการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เป็นเพราะการสื่อสารทางการเมืองในยุคปัจจุบันมีการใช้สื่อดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มออนไลน์ และการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Communication) ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง รวดเร็ว และตรงจุด การวิเคราะห์เชิงทฤษฎีพบว่าแนวคิดของ David K. Berlo (1960) ซึ่งเน้นองค์ประกอบของการสื่อสารที่ครอบคลุมทั้งผู้ส่งสาร เนื้อหา ช่องทาง และผู้รับสาร มีความสอดคล้องโดยตรงกับโครงสร้างการสื่อสารทางการเมืองที่ใช้ในงานวิจัยนี้ กล่าวคือ นักการเมืองและพรรคการเมืองทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ขณะที่นักศึกษาในฐานะผู้มีสิทธิเลือกตั้งทำหน้าที่เป็นผู้รับสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย ข่าวสารออนไลน์ หรือเวทีปราศรัย อีกทั้ง Ranney (1993) ก็กล่าวถึง “การตอบสนอง” ของผู้รับสารว่าเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรม

ทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้และตอบสนองของนักศึกษาต่อการสื่อสารของนักการเมืองอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังเห็นความคล้ายคลึงกับงานวิจัยของปิยะพล พวงแก้ว (2563) ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านผู้ส่งสาร ช่องทางสื่อสาร และเนื้อหา มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารในเขตเมือง โดยเฉพาะในยุคของดิจิทัลแพลตฟอร์ม สะท้อนให้เห็นว่า แม้บริบทจะต่างกัน แต่แกนกลางของการสื่อสารที่มีประสิทธิผลยังคงตั้งอยู่บนหลักการเดียวกัน

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของนักศึกษา ได้แก่ นโยบายพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง การรับรู้ข่าวสาร คุณสมบัติของผู้สมัคร และวิธีการหาเสียง ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยภายในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษาในยุคปัจจุบันมักตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลจากหลายแหล่ง ประกอบกับการเปิดรับข่าวสารแบบเชิงรุก ทำให้มีความสามารถในการประเมินตัวเลือกทางการเมืองด้วยเหตุผลและวิจารณญาณ เมื่อวิเคราะห์เชิงทฤษฎี จะเห็นได้ว่าแนวคิดของ Brian McNair (1995) ที่มองว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นกิจกรรมที่สร้างและส่งต่อข้อมูลทางการเมืองผ่านการมีส่วนร่วมของหลายฝ่าย สอดคล้องกับผลวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของนักศึกษา เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม การติดตามข่าวสาร หรือการอภิปรายในชั้นเรียน ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งโดยตรง ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลงานของ จิรัชยา เคล้าดี และคณะ (2564) ที่ศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ และพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร และลักษณะของผู้สมัครมีผลต่อการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น ซึ่งแม้บริบทจะแตกต่างกัน แต่ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองยังคงสอดคล้องกันในระดับที่เด่นชัด สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารทางการเมืองที่มีคุณภาพและชัดเจนสามารถยกระดับการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ทั่วประเทศ

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิผลของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดเลย มีลักษณะเป็นระบบแบบองค์รวม โดยประกอบด้วยปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต และข้อมูลสะท้อนกลับ ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิด PDCA (Plan-Do-Check-Act) ของ Deming (1995) ที่นิยมใช้ในวงการบริหารจัดการคุณภาพ มาปรับใช้กับบริบทของการสื่อสารทางการเมือง เพื่อให้กระบวนการมีความเป็นระบบต่อเนื่อง และสามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน

ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินของ Guskey (2000) ที่เสนอเกณฑ์ 4 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความสอดคล้อง และความเป็นประโยชน์ ซึ่งผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องในทุกมิติ โดยเฉพาะในด้านความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับบริบทของการเมืองระดับท้องถิ่น

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองอื่น ๆ ที่มักเน้นแค่ประสิทธิภาพหรือผลกระทบของเนื้อหา ผลการวิจัยฉบับนี้มีลักษณะเด่นตรงที่สามารถสร้าง “แบบจำลองเชิงระบบ” ที่เชื่อมโยงจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่ผู้ส่งสารไปจนถึงการประเมินผล และปรับปรุงกระบวนการอย่างเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นการยกระดับองค์ความรู้ด้านการสื่อสารทางการเมืองให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยทั้งสามวัตถุประสงค์สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะในจังหวัดเลย ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาตัวอย่างในครั้งนี ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพต่างชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองกับการตัดสินใจเลือกตั้ง โดยมีปัจจัยหลัก ได้แก่ นโยบายพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง การรับรู้ข่าวสาร คุณสมบัติของผู้สมัคร และวิธีการหาเสียง ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างอย่างชัดเจน

ขณะเดียวกัน การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพในลักษณะเชิงระบบบนแนวคิดวงจร PDCA ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการจัดการและประเมินผลการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต และข้อมูลสะท้อนกลับ ทั้งยังสามารถนำไปปรับใช้กับบริบทอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยก่อนหน้านี้ในระดับสากลและระดับชาติ

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าหากนักการเมืองและพรรคการเมืองสามารถออกแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ตรงตามพฤติกรรมผู้รับสาร และมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง จะสามารถเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงและสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพลังในการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำหรับนักการเมืองหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ช่องทางและวิธีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเยาวชนและนักศึกษาได้โดยตรง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ การจัดเวทีปราศรัยรูปแบบใหม่ และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่

1.2 สำหรับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง เช่น สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ควรส่งเสริมการรณรงค์สร้างความรู้ความเข้าใจด้านสิทธิ หน้าที่ และกระบวนการเลือกตั้งในกลุ่มนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมเชิงรุก เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมรณรงค์ในสถานศึกษา และโครงการประชาธิปไตยศึกษา

1.3 สำหรับสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมหรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง เพื่อสร้างความรู้และพัฒนาทักษะของนักศึกษาในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอย่างมีวิจารณญาณ

1.4 สำหรับสื่อมวลชนและนักโฆษณาประชาสัมพันธ์ควรพัฒนารูปแบบการนำเสนอข้อมูลทางการเมืองที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง กระชับ เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเยาวชนในระดับอุดมศึกษา เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีคุณภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมนักศึกษาจากหลากหลายระดับการศึกษาและสถาบันทั่วประเทศ เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกตั้งในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น

2.2 ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอายุหรือสาขาวิชา การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาศึกษาความแตกต่างด้านการรับรู้และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกตั้งระหว่างกลุ่มอายุต่าง ๆ หรือกลุ่มนักศึกษาต่างสาขาวิชา เพื่อระบุลักษณะเฉพาะที่ส่งผลต่อการรับรู้ทางการเมืองได้ชัดเจนขึ้น

2.3 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบ Longitudinal Study การวิจัยเชิงพฤติกรรมควรดำเนินการต่อเนื่องในระยะยาว เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมทางการเมืองในแต่ละช่วงก่อนและหลังการเลือกตั้ง และการรับรู้ข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงตามสื่อสมัยใหม่

2.4 วิเคราะห์เนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองจากสื่อจริง (Content Analysis) เพื่อให้เข้าใจเนื้อหา รูปแบบ และความถี่ของการสื่อสารทางการเมืองอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากสื่อโฆษณา สื่อออนไลน์ หรือแคมเปญของผู้สมัครอาจเป็นแนวทางเสริมที่สำคัญ

2.5 พัฒนาแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองที่เหมาะสมกับบริบทไทย ควรมีการวิจัยเชิงลึกเพื่อต่อยอดการพัฒนาแบบหรือโมเดลการสื่อสารทางการเมืองที่สามารถประยุกต์ใช้กับการพัฒนาแนวทางการเลือกตั้งและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับเยาวชนได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- จิรัชยา เกล้าดี, เชิงฐิภัทร์ เดชคุรุชานนท์, อีรวุฒิ ยุติธรรม, อนันต์ มะมิง, & มุฮัมมัดอัยมัน หะยีมะมิง. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารรัชต์ภาคย์, 15(41), 1-15.
- ปิยะพล พวงแก้ว. (2563). ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม. ใน วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทย พีบีเอส. (2566, 11 พฤษภาคม). เลือกตั้ง 2566: เปิดตัวเลขผู้มีสิทธิเลือกตั้ง “เจเนอเรชัน X” มากสุด. ไทยพีบีเอส. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/327601>
- เวิร์กพอยท์ ทูเดย์. (2566, 15 พฤษภาคม). กกต.แถลงเลือกตั้ง 66 คนออกมาใช้สิทธิมากที่สุด ในประวัติศาสตร์ ยืนยันผล ‘ก้าวไกล’ ชนะอันดับ 1. เวิร์กพอยท์ ทูเดย์. <https://workpointtoday.com/election66-result/>
- Berlo, D. K. (1960). The process of communication: An introduction to theory and practice. New York: Holt, Rinehart and Winston.

- Deming, E. W. (1995). *Out of the crisis*. Massachusetts: The Massachusetts Institute of Technology.
- Guskey, T. R. (2000). *Evaluating professional development*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- McNair, B. (1995). *An introduction to political communication* (2nd ed.). London: Routledge.
- Ranney, A. (1993). *Governing: An introduction to political science* (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.