

การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหาร
ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นายวัชระ คำพร

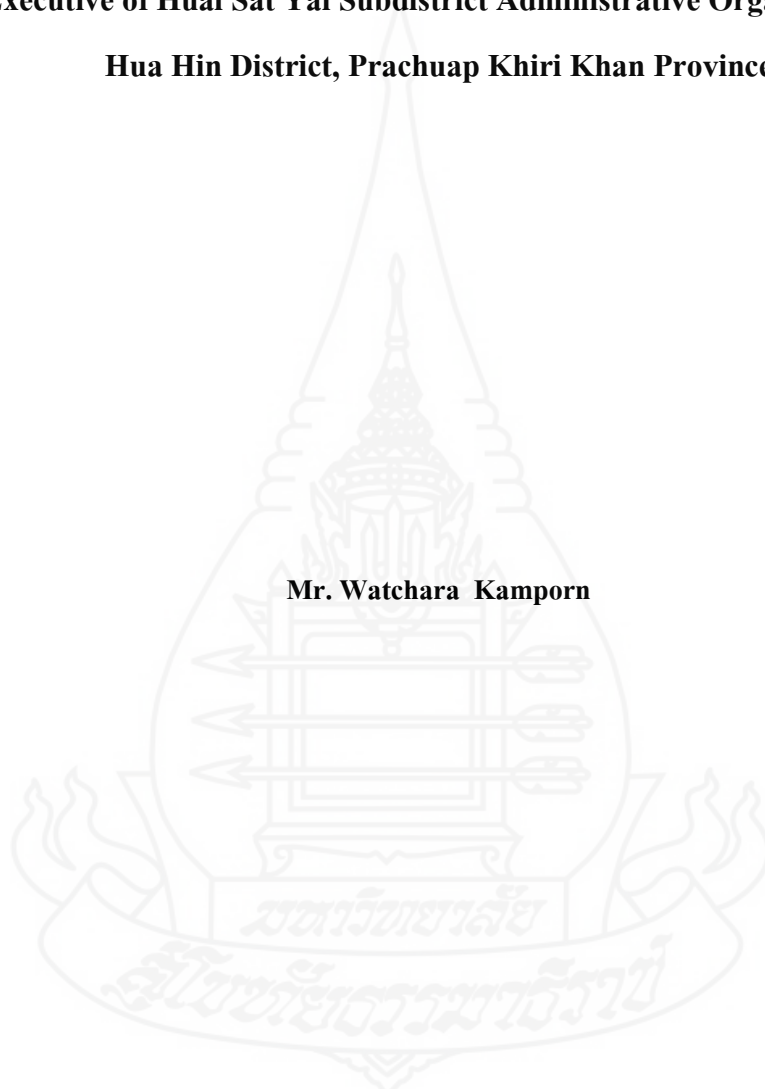


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
แผนกวิชาวัฒนธรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

**The Planning for Election Campaign of Prospect Candidates for Chief
Executive of Huai Sat Yai Subdistrict Administrative Organization,
Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province**

Mr. Watchara Kamporn



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Communication Innovation for Political and Local Administration

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อและนามสกุล นายวัชระ กำพร

แขนงวิชา นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาธร ท่อแก้ว
2. อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาธร ท่อแก้ว)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์)

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบล
ห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัย นายวัชร กัมพร **รหัสนักศึกษา** 2621500228 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการสื่อสารทาง
การเมืองและการปกครองท้องถิ่น) **อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว
(2) อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ **ปีการศึกษา** 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัคร
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและ
ความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 2) การดำเนินการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียง
เลือกตั้ง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง
จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยตรง รวมจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ประชาชนยังมีความเดือดร้อนในการ
ดำรงชีวิตเพราะที่ผ่านๆ มานั้นยังขาดนโยบายการพัฒนาตำบลที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริง ผู้บริหาร
ท้องถิ่นเข้าใจไม่ถึงใจของประชาชน ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดที่ต้องการได้ ประชาชนมีความต้องการ
นโยบายการพัฒนาตำบลที่เด่นชัดมุ่งแก้ปัญหาของประชาชนแต่ละหมู่บ้าน ทุกหมู่บ้านยังต้องการปรับปรุงถนน
เพื่อการสัญจรในแต่ละหมู่บ้านให้เดินทางด้วยความสะดวก แสงไฟส่องสว่างตามเส้นทางที่ประชาชนต้องสัญจรก็
มีไม่เพียงพอโดยเฉพาะในจุดเสี่ยงต่างๆ ผู้สมัครต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนา มีเครือข่ายเชื่อมโยงทางการเมืองใน
จังหวัด ความรู้ความเข้าใจในการบริหารองค์กร เป็นคนใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชน และมีประสบการณ์ในการ
บริหารงานที่โดดเด่นเป็นรูปธรรม 2) การดำเนินการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ได้รวบรวมข้อมูล
จากสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาของแต่ละหมู่บ้านเพื่อจัดทำนโยบายในการหาเสียง รวบรวม
ข้อมูลผู้สมัครเกี่ยวกับจุดเด่น จุดขาย คุณลักษณะ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ความมุ่งมั่นทุ่มเท เหตุผลที่
ตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้ง และผลงาน นำข้อมูลมาร่างแผนเพื่อสื่อสารร่วมกับทีมสนับสนุนในพื้นที่
โดยมุ่งเน้นการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมในแต่ละสื่อ สั้น กระชับ ได้สาระ และการสื่อความหมายให้สอดคล้อง
เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากนั้นได้นำแผนไปทดสอบกับกลุ่มผู้รับสารในกลุ่มต่างๆ เพื่อประเมินการสื่อสาร
เกี่ยวกับความน่าสนใจ ชวนติดตาม น่าจดจำ และเป็นประโยชน์ต่อการโน้มน้าวใจให้ผู้สิทธิหันมาสนับสนุน
ผู้สมัครรับเลือกตั้ง นำผลการทดสอบแผนมาปรับปรุงเพื่อให้ได้นวัตกรรมการสื่อสารการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
และได้นำแผนที่ปรับปรุงไปประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทีมผู้สมัคร ทีมการหาเสียง
แกนนำในการหาเสียง เครือข่ายสนับสนุนต่างๆ และสื่อมวลชน เพื่อให้การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในครั้งนี้
บรรลุผลไปได้ด้วยดี และผู้สมัครรับเลือกตั้งได้รับชัยชนะการเลือกตั้ง

คำสำคัญ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การสื่อสารทางการเมือง องค์การบริหารส่วนตำบล

Thesis title: The Planning for Election Campaign of Prospect Candidates for Chief Executive of Huai Sat Yai Subdistrict Administrative Organization, Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province

Researcher: Mr. Watchara Kamporn; **ID:** 2621500228;

Degree: Master of Communication Arts (Communication Innovation for Political and Local Administration); **Thesis advisors:** (1) Dr. Wittayatorn Torkaew, Associate Professor; (2) Dr. Karn Boonsiri; **Academic year:** 2021

Abstract

The objective of this research was to study planning for the election campaign of prospective candidates for the position of chief executive of Huai Sat Yai Subdistrict Administrative Organization, in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province, in terms of: 1) status of the problems and needs of voters and people involved with the campaign; and 2) operations for planning the campaign.

This was a qualitative study using the method of in-depth interviews. The thirty key informants were chosen by purposive sampling from among people directly involved with election campaign planning. The data collection tool was a semi-structured interview form. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results showed that 1) status of the problem: local people suffered problems in their everyday lives because in the past there was a lack of sub-district development policies that really addressed their needs. Former local administrators did not understand and reach the hearts of the people, so they were not able to take relevant action to directly solve problems. Citizens wanted sub-district development policies that were clearly intended to solve the problems of people in each neighborhood and village. People in each area wanted road work done to make transport more convenient. Lighting in the public areas and places where people travel was not yet sufficient, especially in places with greater risk of accidents. Voters wanted a candidate with a vision for development, ties to a political network in the province, knowledge and understanding of organizational administration, accessibility and ability to meet with people, and tangible past work results. 2) Campaign planning operations: the team collected data on the conditions, problems and needs for development in every village in order to set a policy. They collected data on the strong points, selling points, character, knowledge, abilities, experience, work results and intentions of the candidate, and why he or she wanted to run for office. This data was used to make a communications plan to be implemented with local canvassers. Content was designed to be suitable for each medium, short, and to-the-point, so everyone could be compatible and communicate the same messages. The plan was tested on different groups of message receivers to assess how interesting, memorable, useful and persuasive it was and if it would really encourage people to vote for the candidate. After testing, the plan was revised to make use of campaign communication innovations. Then the revised plan was presented at a meeting to let everyone involved know about it, including the candidate's team, the campaign team, core campaigners, supporters, and the press so that the campaign would be a success and the candidate would win the election.

Keywords: Election campaign, Political communication, Subdistrict Administrative Organization

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความเมตตากรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิथाธร ท่อแก้ว ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาดูแลควบคุมวิทยานิพนธ์และดร.กานต์ บุญศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ทำให้ผู้วิจัยมีแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ตลอดจนให้คำแนะนำในการเขียน ตรวจสอบแก้ไขและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้นผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่งจึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะคณาจารย์แขนงวิชา นวัตกรรม การสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้ตั้งสอนแนะนำวิทยากรต่าง ๆ ในการศึกษา ตลอดจนเพื่อนนักศึกษาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่านอันนำมาซึ่งข้อมูลต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง ครู อาจารย์ ผู้ร่วมงาน ตลอดจนเพื่อนๆ และชาวบ้านทั้งตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่เป็นแรงทั้งผลักดันหนุนเสริมและให้กำลังใจให้ผู้วิจัย ได้มีแรงในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

วัชระ กำพร

กันยายน 2564

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
คำถามการวิจัย	7
วัตถุประสงค์การวิจัย	7
กรอบแนวคิดการวิจัย	8
ขอบเขตการวิจัย	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน	11
แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง	16
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร	23
แนวคิดทฤษฎีด้านความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร (KAP theory)	27
แนวคิดเรื่องการสื่อสารทางการเมือง	36
ข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	59
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	59
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
การวิเคราะห์ข้อมูล	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	64
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียง เลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	75
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	104
สรุปการวิจัย	104
อภิปรายผล	108
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	120
ก แบบสอบถาม	121
ข ภาพปัญหาจากการลงสำรวจพื้นที่ภายในหมู่บ้านของตำบลห้วยสัตว์ใหญ่	127
ประวัติผู้วิจัย	139

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	เขตพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่..... 44
ตารางที่ 3.1	แสดงข้อมูลกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก..... 59
ตารางที่ 4.1	แสดงภาพรวมสภาพปัญหาของแต่ละหมู่บ้านในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่..... 65
ตารางที่ 4.2	แสดงภาพรวมสภาพปัญหาด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่..... 68
ตารางที่ 4.3	แสดงคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ คนต่อไปที่ประชาชนต้องการ..... 70
ตารางที่ 4.4	แสดงนโยบายในการพัฒนาของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ห้วยสัตว์ใหญ่คนต่อไปที่ประชาชนต้องการ..... 72
ตารางที่ 4.5	แสดงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วน ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่..... 74
ตารางที่ 4.6	แสดงการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียง เลือกตั้งในด้านต่างๆ..... 76
ตารางที่ 4.7	แสดงการยกร่างแผนการรณรงค์หาเสียงของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่..... 78
ตารางที่ 4.8	แสดงการทดสอบแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่..... 85
ตารางที่ 4.9	แสดงการนำแนวทางในแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่มาปฏิบัติใช้..... 100

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารของ David K. Berlo	26
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง (ประยุกต์จากแบบจำลองของ Brian McNair)	39
ภาพที่ 2.3 ลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล.....	42
ภาพที่ 2.4 วิธีการสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคล.....	42
ภาพที่ 2.5 แสดงพื้นที่การปกครองทั้ง 11 หมู่บ้านขององค์การบริหาร ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่.....	43
ภาพที่ 2.6 แสดงผัง โครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่.....	45
ภาพที่ 2.7 แสดงผัง โครงสร้างส่วนราชการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่.....	45
ภาพที่ 4.1 โครงสร้างการบริหารงานรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ของนายวัชระ คำพร.....	82
ภาพที่ 4.2 ภาพบัตรยี่เบอร์ของนายวัชระ คำพร.....	87
ภาพที่ 4.3 ภาพป้ายคัทเอาท ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด ในการหาเสียงของ นายวัชระ คำพร.....	88
ภาพที่ 4.4 ภาพป้ายคัทเอาทผลการทำงานให้ประชาชนในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่.....	89
ภาพที่ 4.5 ภาพ หน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) บัญชีส่วนตัวภายใต้ชื่อวัชระ คำพร.....	91
ภาพที่ 4.6 ภาพ หน้าเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่.....	91
ภาพที่ 4.7 ภาพกิจกรรมช่วยเหลือประชาชนในหมู่บ้าน จากเฟซบุ๊ก (Facebook) บัญชีส่วนตัวภายใต้ชื่อวัชระ คำพร.....	93
ภาพที่ 4.8 ภาพการลงพื้นที่การซ่อมบำรุงถนนลูกรังทุกหมู่บ้าน จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่.....	94
ภาพที่ 4.9 ภาพการลงพื้นที่การซ่อมบำรุงถนนในหมู่บ้าน จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่.....	95
ภาพที่ 4.10 ภาพการลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่.....	95
ภาพที่ 4.11 ภาพการลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมกับประชาชนในหมู่บ้าน จากเพจเฟซบุ๊ก (Page acebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่.....	96

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.12 ภาพการลงพื้นที่ช่วยเหลือพี่น้องประชาชนห้วยสัตว์ใหญ่ จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่.....	97
ภาพที่ 4.13 ภาพผลการดำเนินงานที่ผ่านมา จากเฟซบุ๊ก (Facebook) บัญชีส่วนตัว ภายใต้ชื่อวัชระ คำพร.....	97



หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อและนามสกุล นายวัชระ กำพร

แขนงวิชา นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว
2. อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์)

บทที่ 1

บทนำ

การวิจัยเรื่องการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 2) การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยบทที่ 1 ซึ่งเป็นบทนำ ประกอบด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ประเด็นปัญหาของการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย ขอบเขตการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การปกครองส่วนท้องถิ่นถือว่าการปกครองระดับรากหญ้าที่สำคัญอย่างยิ่งของการปกครองระบอบประชาธิปไตย เพราะเป็นการกระจายอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง (Political participation) ด้วยการเป็นโอกาสให้ประชาชนได้ปกครองและบริหารงานในท้องถิ่นของตนเองโดยให้มีการเลือกตั้งตัวแทนที่ตนเองไว้วางใจไปทำหน้าที่ในการบริหารและนิติบัญญัติซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพเป็นการแบ่งมาภาระหน้าที่ของรัฐบาล และเป็นการปลุกฝังให้ประชาชนได้เรียนรู้การปกครองตนเองการกระจายอำนาจ (Decentralization) เป็นการมอบหมายอำนาจหน้าที่จากผู้บริหารระดับสูงลงสู่ผู้บริหารระดับต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อให้องค์กรในระดับต่างๆ ได้มีอำนาจในการตัดสินใจเพราะเป็นองค์กรที่สามารถรับรู้ถึง ความต้องการ และปัญหาได้ละเอียดและรวดเร็วทำให้สามารถที่จะแก้ไขปัญหาและความต้องการได้รวดเร็วและตรงเป้าหมาย ดังนั้นในการปกครองจึงได้ทำการกระจายอำนาจในการปกครองจากส่วนกลางขยับลงไปจากรัฐบาลสู่จังหวัด สุ่มอำเภอ สุ่มตำบล สุ่มเทศบาล สุ่มชุมชน สุ่มประชาชนทั้ง อำนาจการปกครองและงบประมาณในการปกครองแบบนี้เรียกว่าการปกครองส่วนท้องถิ่น (สุพรรณษา อ่ำสุข และทัศนีย์ทองจันดี, 2555) ปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการปกครองของประชาชนโดยประชาชนและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดโดยมีตัวแทนของประชาชนเข้าไปทำหน้าที่ในองค์กรที่เรียกว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะทำภารกิจเพื่อตอบสนองปัญหาและความต้องการของ

ประชาชนในท้องถิ่นได้ตรงตามเป้าหมาย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด (โกวิทย์ พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง, 2547)

พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2545 กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนเป็นการสร้างให้เกิดการเมืองเชิงนโยบายเนื่องจากผู้บริหารท้องถิ่นได้รับมอบความไว้วางใจจากประชาชนในท้องถิ่น และนโยบายซึ่งถือเป็นสัญญาที่ผู้บริหารท้องถิ่นเคย

ให้ไว้กับประชาชนในช่วงเวลาการหาเสียง เมื่อได้รับการเลือกตั้งเป็นผู้บริหารท้องถิ่นแล้วกฎหมายการจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะกำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นแถลงนโยบายต่อสภาท้องถิ่นและจะต้องจัดทำ รายงานแสดงผลการปฏิบัติงานตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ต่อสภาฯ และผู้บริหารจะต้องให้ประชาชนได้ทราบคำ แถลงนโยบายรายงานแสดงผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย ข้อบัญญัติ ประกาศต่างๆ และข้อมูลข่าวสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเปิดเผย และทั่วถึงซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงานของผู้บริหาร โดยที่ผู้บริหารจะต้องยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงานโดยยึดประโยชน์สุขของประชาชนเป็นสำคัญ(พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น,2545)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ส่วนที่ 3 แนวนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน มาตรา 78 (3) กำหนดหลักการไว้ ดังนี้ “รัฐจะต้องกระจายอำนาจให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการของท้องถิ่นได้เองส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนิน การตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น และสาธารณูปการตลอดทั้ง โครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศรวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2550)

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) คือ หน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มีฐานะเป็นนิติบุคคลและราชการส่วนท้องถิ่น จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2538 และมีฉบับแก้ไขเพิ่มเติมในเวลาต่อมา พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ส่งผลให้มีการกระจายอำนาจสู่องค์กรประชาชนในระดับตำบลอย่างมาก โดยได้ยกฐานะสภาตำบลซึ่งมีรายได้ตามเกณฑ์คือ มีรายได้ไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกัน 3 ปี เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 150,000 บาท ขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล กล่าวได้ว่าการจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลนี้เป็นผลผลิตหนึ่งของกระแสของสังคมที่ต้องการจะปฏิรูปการเมือง ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลจึงเป็นมิติหนึ่งของความพยายามในการ

ปฏิรูปการเมืองโดยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นปัจจุบัน ณ วันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2563 มีองค์การบริหารส่วนตำบล ทั้งสิ้น 5,320 แห่งจาก 76 จังหวัดภายในประเทศไทย

องค์การบริหารส่วนตำบล มีความสำคัญต่อท้องถิ่นเป็นอย่างมาก เพราะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีขนาดเล็กที่สุด แต่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ชนบท องค์การบริหารส่วนตำบลร่วมในการปกครองตนเองตามระบอบประชาธิปไตย

องค์การบริหารส่วนตำบล ในฐานะที่เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง มีส่วนสำคัญยิ่งในการทำให้ประชาชนในชนบท ได้มีโอกาสในการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันที่ต้องการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่นมากขึ้น โดยที่องค์การบริหารส่วนตำบล มีสาระสำคัญดังที่จะกล่าวได้ต่อไปนี้

กำเนิดและพัฒนาการขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอดีตการจัดระเบียบบริหารระดับตำบลมี 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 คณะกรรมการตำบลและสภาตำบลตามคำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ 222/2499 โดยคณะกรรมการตำบลประกอบด้วยกำนัน ผู้ใหญ่บ้านทุกคนในตำบล แพทย์ประจำตำบล ครูประชาบาลในตำบลนั้นคนหนึ่ง ราษฎรผู้ทรงคุณวุฒิในตำบลนั้น ไม่น้อยกว่า 2 คน และให้มีข้าราชการที่ปฏิบัติงานในตำบลนั้น เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการตำบลด้วย ส่วนสภาตำบลประกอบด้วยสมาชิกสภาตำบลซึ่งมาจากราษฎรผู้มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับผู้สมัครรับเลือกเป็นผู้ใหญ่บ้าน หมู่บ้านละ 2 คน

รูปแบบที่ 2 องค์การบริหารส่วนตำบล ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนตำบล พ.ศ.2499 โดยองค์การบริหารส่วนตำบลประกอบด้วยสภาตำบลและคณะกรรมการตำบล ซึ่งสภาตำบลประกอบด้วย สมาชิกซึ่งราษฎรในหมู่บ้านเลือกตั้งหมู่บ้านละ 1 คน และกำนันและผู้ใหญ่บ้านทุกคนในตำบลเป็นสมาชิกสภาตำบลโดยตำแหน่ง ส่วนคณะกรรมการตำบล ประกอบด้วย กำนันตำบล ท้องที่เป็นประธาน ผู้ใหญ่บ้านทุกคนในตำบล แพทย์ประจำตำบล และกรรมการอื่นซึ่งนายอำเภอแต่งตั้งจากครูใหญ่โรงเรียนในตำบลหรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่นจำนวนไม่เกิน 5 คน

รูปแบบที่ 3 สภาตำบลตามคำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ 275/2509 ซึ่งเป็นการบริหารในรูปของคณะกรรมการเรียกว่า “คณะกรรมการสภาตำบล” ซึ่งประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้านในตำบลและแพทย์ประจำตำบลเป็นกรรมการสภาตำบลโดยตำแหน่ง นอกจากนี้ยังประกอบด้วยครูประชาบาลในตำบลนั้น 1 คน ซึ่งนายอำเภอคัดเลือกจากครูประชาบาลในตำบลเป็นกรรมการสภาตำบล และราษฎรผู้ทรงคุณวุฒิหมู่บ้านละ 1 คน ซึ่งราษฎรในหมู่บ้านเลือกตั้งขึ้นเป็นกรรมการสภาตำบล โดยกำนันเป็นประธานกรรมการสภาตำบลโดยตำแหน่ง และมีรองประธานกรรมการสภาตำบลคนหนึ่งซึ่งคณะกรรมการสภาตำบลเลือกตั้งจากกรรมการด้วยกัน

การบริหารงานของสภาตำบลนอกจากจะมีคณะกรรมการสภาตำบลดังกล่าว สภาตำบลยังมีเลขานุการสภาตำบลคนหนึ่งซึ่งคณะกรรมการสภาตำบลเลือกตั้งกันขึ้นมาหรือตั้งจากบุคคลภายนอก และมีที่ปรึกษาสภาตำบล ซึ่งเป็นพัฒนาการตำบลนั้นอีกด้วย

การจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลขึ้นในสมัยนั้น ก็เพื่อให้การปกครองในระดับตำบลที่มีความเจริญและมีรายได้ระดับหนึ่งได้มีการปกครองตนเองตามหลักการปกครองท้องถิ่น ต่อมาในปี 2515 องค์การบริหารส่วนตำบลได้ถูกยุบเลิกไป โดยประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 326 ลงวันที่ 13 ธันวาคม 2515 ซึ่งประกาศคณะปฏิวัติดังกล่าวยังคงให้สภาตำบลมีอยู่ต่อไป

หลังจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬใน พ.ศ.2535 กระแสในการปฏิรูปการเมืองได้ก่อตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการเรียกร้องให้มีการปฏิรูปการเมืองในหลายๆด้าน และด้านหนึ่งคือการเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจ ดังนั้นในปี 2537 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ซึ่งประกาศใช้ในวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ.2537 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม พ.ศ.2538 โดยสาระสำคัญของกฎหมายฉบับดังกล่าวคือการยกฐานะสภาตำบลที่มีรายได้โดยไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกันสามปีเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 150,000 บาท สามารถจัดตั้งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลได้ ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลจึงกลับมาเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับตำบลอีกครั้งหนึ่ง

โครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 กำหนดให้ประกอบด้วยสภาองค์การบริหารส่วนตำบลและคณะกรรมการบริหาร สภาองค์การบริหารส่วนตำบลประกอบด้วยสมาชิกสภาสองประเภท และแพทย์ประจำตำบล ประเภทที่สองเป็นสมาชิกที่มาจาก การเลือกตั้งโดยประชาชนหมู่บ้านละ 2 คน ส่วนคณะกรรมการบริหารประกอบด้วย กำหนดเป็นประธานโดยตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านอีกไม่เกิน 2 คน และสมาชิกสภาที่มาจาก การเลือกตั้งอีกไม่เกิน 4 คน รวมแล้วมีคณะกรรมการบริหารได้ไม่เกิน 7 คน

ต่อมาในปี พ.ศ.2542 พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2542 (ฉบับที่ 3) เพื่อให้สอดคล้องกับบทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญ ในหมวด 9 ว่าด้วยการปกครองส่วนท้องถิ่น มาตรา 285 ที่กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีสภาท้องถิ่นและคณะผู้บริหารท้องถิ่นหรือ ผู้บริหารท้องถิ่น สมาชิกสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้ง คณะผู้บริหารท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นให้มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน หรือมาจากความเห็นชอบของสภาท้องถิ่นซึ่งโครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบลเดิมตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 นั้น มีสมาชิกสภาและกรรมการบริหารจำนวนหนึ่งเป็น โดยตำแหน่ง ดังนั้นจึงมีการแก้ไขบทบัญญัติใน

กฎหมายดังกล่าวให้สมาชิกสภาทั้งหมดมาจากการเลือกตั้งของประชาชน และให้คณะกรรมการบริหารมาจากความเห็นชอบของสภา

ในปีกลางปี พ.ศ.2546 รัฐสภาได้มีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ.2546 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ.2546 โดยได้มีการยกเลิกชื่อเรียก คณะกรรมการบริหารและกรรมการบริหาร โดยให้ใช้ชื่อ คณะผู้บริหาร และชื่อเรียก ประธานกรรมการบริหาร เปลี่ยนเป็น นายกองคํการบริหารส่วนตำบล รองประธานกรรมการบริหาร เปลี่ยนเป็น รองนายกองคํการบริหารส่วนตำบล เปลี่ยนชื่อเรียกข้อบังคับตำบลเป็น ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบล และยกเลิกไม่ให้ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นเลขานุการคณะผู้บริหาร

การปรับโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลครั้งสำคัญเกิดขึ้นอีกครั้งในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ.2546 หลังจากเพิ่งมีการแก้ไขเพิ่มพระราชบัญญัติสภาองการบริหารส่วนตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลไปเมื่อกลางปี พ.ศ.2546 แต่การแก้ไขกฎหมายเมื่อตอนกลางปีเป็นการแก้ไขในรายละเอียดปลีกย่อยเท่านั้น ความจริงในการแก้ไขกฎหมายในช่วงกลางปี 2546 ดังกล่าว ได้มีความพยายามในการเสนอให้มีการแก้ไขที่มาของฝ่ายบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนมาแล้วครั้งหนึ่งโดยวุฒิสภาได้แก้ไขเพิ่มเติมสาระสำคัญในกฎหมายที่ผ่านการพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎรขึ้นมา โดยได้แก้ไขให้นายกองคํการบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน แต่เมื่อร่างกฎหมายกลับมาสภาผู้แทนราษฎรปรากฏว่าสภาผู้แทนราษฎรไม่เห็นด้วยและได้มีการตั้งคณะกรรมการร่วมเพื่อปรับปรุงร่างกฎหมายดังกล่าว และร่างกฎหมายที่ผ่านการพิจารณาของกรรมาธิการร่วมได้ยืนยันตามร่างที่ผ่านการพิจารณาของวุฒิสภา คือ กำหนดให้นายกองคํการบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน แต่เมื่อเสนอเข้าสู่สภาผู้แทนราษฎรอีกครั้ง ปรากฏว่าสภาผู้แทนราษฎรไม่เห็นชอบร่างกฎหมายที่เสนอให้นายกองคํการบริหารส่วนตำบลมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน จึงตกไปในช่วงเวลาดังกล่าว

แต่ความเคลื่อนไหวจากหลายฝ่ายที่ต้องการให้มีการแก้ไขที่มาให้ผู้บริหารขององค์การปกครองท้องถิ่น มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนในท้องถิ่นยังไม่หยุดนิ่ง ควรจะกล่าวถึงที่มาของการเคลื่อนไหวเพื่อให้มีการแก้ไขให้ฝ่ายบริหารขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมาจากการเลือกตั้งโดยตรงสักเล็กน้อย

การเลือกตั้งสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นเพื่อสรรหาตัวแทนภาคประชาชนเข้าไปดูแลและบริหารตรวจสอบงบประมาณของตำบลเสมือนเป็นการดูแลความเดือดร้อนของประชาชนทั้งตำบล อีกทั้งยังออกกฎและข้อบัญญัติของสภาเพื่อมาบังคับใช้

ภายในตำบล วัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลนอกจากการกระจายอำนาจการปกครองแล้ว องค์การบริหารส่วนตำบลยังจัดตั้งขึ้นเพื่อบริหารกิจการต่างๆ ภายในพื้นที่ตำบล ด้วยการประสานแผนการพัฒนาของท้องถิ่นเพื่อไม่ให้ทำงานทับซ้อนกันและเพื่อจัดสรรงบประมาณให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นนำไปดำเนินงาน ด้วยขนาดขององค์การบริหารส่วนตำบลที่เป็นหน่วยงานปกครองท้องถิ่นที่มีขนาดเล็กที่สุดและเป็นหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นที่มีเขตรับผิดชอบครอบคลุมพื้นที่ทั้งตำบลและมีงบประมาณสำหรับพัฒนาท้องถิ่นแห่งละไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท จึงทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลสามารถพัฒนาตำบลด้วยงบประมาณที่มีอยู่

เมื่อพิจารณากระบวนการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งเป็นการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นระดับตำบล พบว่ามีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากการเลือกตั้งที่มีเขตเลือกตั้งอย่างกว้างขวางครอบคลุมพื้นที่ทั้งตำบล มีหน่วยเลือกตั้งจำนวนมากและมีผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนมากดังเช่น กรณีการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ซึ่งเป็นตำบลที่เป็นศูนย์กลางหน่วยงานราชการและเศรษฐกิจทางภาคใต้ตอนบน ที่มีผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน 3,200 คน มีหน่วยเลือกตั้งจำนวน 11 หน่วย กระจายอยู่ทั้ง 11 หมู่บ้านของตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ดังนั้นการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ 1 คน จึงเท่ากับการเลือกตั้ง ส.ส.ถึง 1 คน การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง (Election Campaign) นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่จึงมีความสำคัญสูงสุด เนื่องจากการเลือกตั้งทั้ง 11 หมู่บ้านของตำบลเพื่อสรรหานายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่เพียงคนเดียว

ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ทางภาคใต้ตอนบนของประเทศไทยมีอาณาเขตทิศเหนือ ติดต่อดำบลป่าเต็ง อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ทิศตะวันออกติดต่อดำบลหนองพลับ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทิศตะวันตก ติดต่อสหภาพพม่า โดยมีแนวเขตเริ่มต้นจากสันเขาตะนาวศรี และทิศใต้ติดต่อดำบลบึงนาราง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขนาดพื้นที่มีพื้นที่ประมาณ 297 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 185,625 ไร่ พื้นที่ในหมู่บ้านทั้ง 11 หมู่ รวมทั้งหมด 46,087 ไร่ ส่วนที่เหลืออยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน และเขตปลอดภัยในราชการทหาร ประกอบด้วยประชากรจำนวน 7,335 คน (ข้อมูล ฅปี พ.ศ. 2562) ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีรายได้เฉลี่ยต่อคน 90,000 บาทต่อคนต่อปี

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นปรากฏการณ์การสื่อสารทางการเมืองที่สำคัญในระบบประชาธิปไตย เนื่องจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ประชาชนรู้จักเลือกผู้ที่จะเป็นผู้แทนของตนเข้าไปเป็นรัฐบาลเพื่อการทำหน้าที่จัดสรรทรัพยากรของชาติ นับได้ว่าการหาเสียงเป็นปัจจัยนำเข้าของระบบการเมืองการปกครอง หากปัจจัยนำเข้ามีคุณภาพก็ย่อมทำให้ระบบการเมืองและปัจจัยออกของระบบการเมืองมีคุณภาพตามไปด้วย (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2545, น.6)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาถึงการวิจัยเรื่องการวางแผนรณรงค์หาเสียง การเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพื่อศึกษาหาคำตอบต่อไป

2. คำถามการวิจัย

2.1 สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร

2.2 การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร

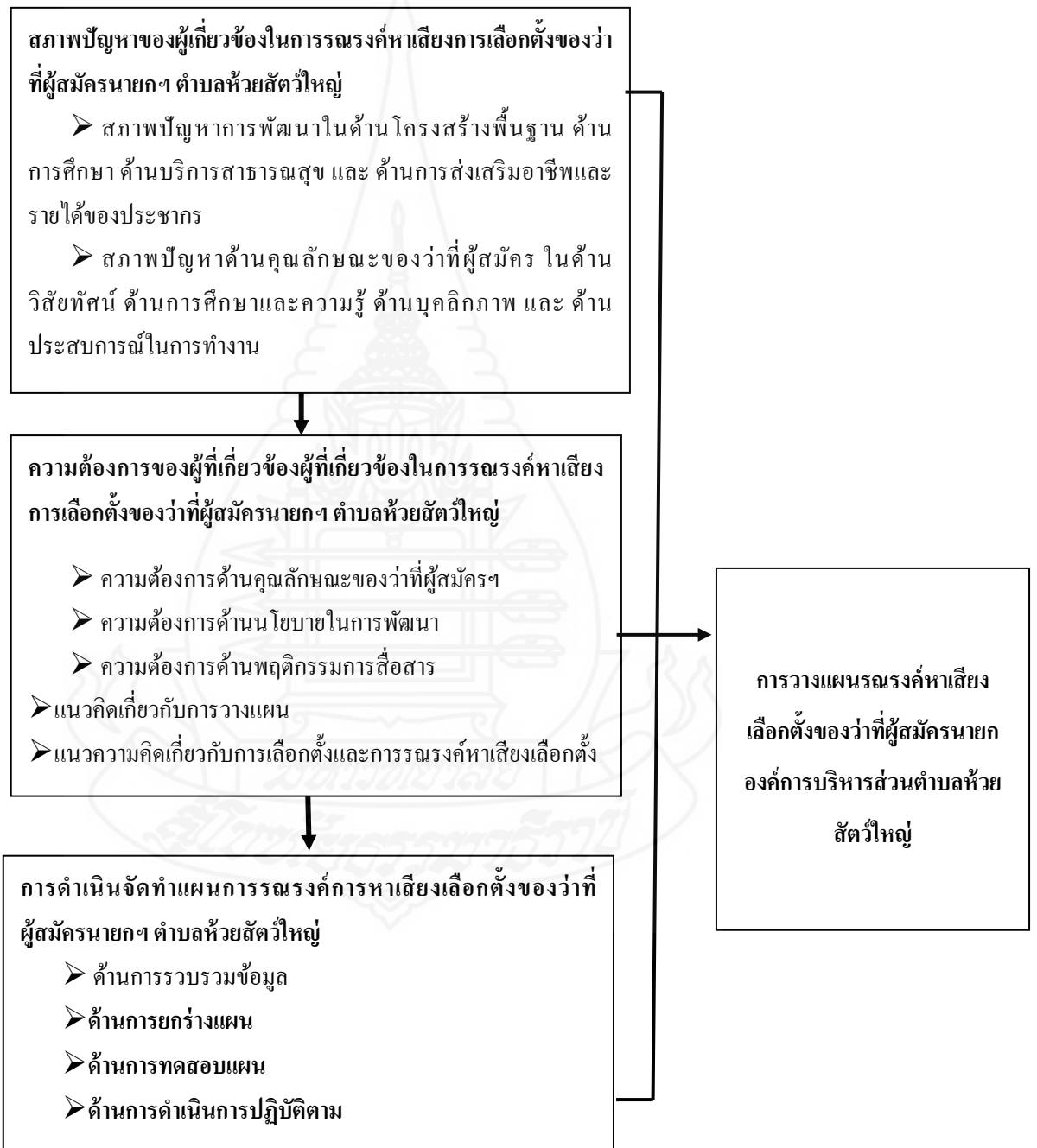
3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียง การเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

3.2 เพื่อศึกษาการดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัคร นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์นี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาในครั้งนี้ คือ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาเกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 2) การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง

5.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษานี้รวมทั้งสิ้น 30 คน ได้แก่ 1) นักวิชาการบริหารการเลือกตั้ง 3 คน 2) ว่าที่ผู้สมัครสมาชิกสภาฯ 15 คน 3) ทีมวางแผน 12 คน

5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

เขตตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.4 ขอบเขตด้านเวลาที่ศึกษา

งานวิจัยศึกษาโดยการเก็บข้อมูล ในระหว่างช่วงเวลาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2563

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การวางแผน หมายถึง การหาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงาน โดยใช้ปัจจัยต่างๆ และมี เหตุผลเพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปได้โดยเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางแผนไว้

6.2 การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หมายถึง กระบวนการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง สร้าง “สาร” และส่ง “สาร” นั้น ไปยังประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เพื่อมุ่งเพิ่มความนิยมให้เกิดขึ้นกับตัวผู้สมัครในที่นี้หมายถึงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

6.3 การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กระบวนการจากองค์การทางการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชนในที่นี้ หมายถึง การส่งสารโดยผ่านสื่อต่างๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ไปยังประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

6.4 การตลาดทางการเมือง หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการเมืองด้วยวิธีการทางการตลาด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เลือกตั้งและ โน้มน้าวให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

6.5 สภาพปัญหาของผู้เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หมายถึง สภาพปัญหาในด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงกับประชาชนในพื้นที่ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ที่ และนำมาเป็นนโยบายพัฒนา

ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

6.6 ความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียง หมายถึง ความต้องการในการได้รับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ รวมทั้งความต้องการในตัวของผู้ที่สมัครฯ ที่ประชาชนในชุมชนต้องการและตั้งความหวังว่าจะเข้ามาทำงานและทำตามสิ่งที่ได้หาเสียงไว้ได้จริง

6.7 การดำเนินการจัดทำแผนการรณรงค์หาเสียง หมายถึง การดำเนินการตามแผนที่ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ โดยทำการทดสอบปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนด พร้อมติดตามประเมินผลการดำเนินการจัดทำแผนให้มีความเหมาะสมมากที่สุด

6.8 นายองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการกำหนดนโยบายและรับผิดชอบในการบริหารครอบคลุม 11 หมู่บ้านทั้งตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ตามมติของสภาองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่และมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี

6.9 ว่าที่ผู้สมัครนายก อบต. หมายถึง ผู้ที่ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ระหว่างปี พ.ศ. 2564 ในที่นี้หมายถึง ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายก อบต. ได้แก่ นายวัชร ก่าพร

6.10 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ หมายถึง องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ยกฐานะจากสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2539 ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้องค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการด้านการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียง

7.2 องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นำผลการวิจัยไปปรับปรุงการดำเนินการจัดทำแผนการวางแผนรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

7.3 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย องค์การบริหารส่วนตำบลอื่นๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการวางแผนรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งด้านอื่นๆ ได้

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ

1) สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 2) การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง โดยมีแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร
4. แนวคิดทฤษฎีด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร (KAP theory)
5. แนวคิดเรื่องการสื่อสารทางการเมือง
6. ข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน

1.1 ความหมายของแผน

แผน คือ แนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับการกระทำ อนาคต และความต้องการของบุคคลและองค์กรผลที่ได้จากการวางแผนสิ่งที่กำหนดขึ้นและถือเป็นแนวดำเนินการ

จากความหมายของแผนที่กล่าวมาพบว่า แผน คือ ผลที่เกิดจากการวางแผนหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “การวางแผน” คือกิจกรรมหรือการกระทำที่ก่อให้เกิด “แผน” ซึ่งอาจกระทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร แบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้

การวางแผน หมายถึง กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์ สำหรับช่วงเวลาข้างหน้า และกำหนดสิ่งที่จะกระทำต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การวางแผน เป็นกระบวนการ

เกี่ยวกับการคิดและการตัดสินใจที่ละเอียดอ่อน และต้องกระทำให้เสร็จสิ้น ก่อนจะมีการดำเนินกิจกรรมซึ่งเป็นวิธีการในการไปถึงเป้าหมาย

การวางแผน หมายถึง กระบวนการพิจารณาตัดสินใจในปัจจุบันว่าจะทำอะไร ทำโดยใคร และทำเพื่ออะไร สำหรับการปฏิบัติการที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตเป็นหน้าที่ของผู้บริหารทุกระดับที่ต้องวางแผนเพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน และเป็นแนวทางเพื่อมุ่งสู่ผลสำเร็จที่คาดหวังในอนาคต ดังมีผู้กล่าวไว้ว่า การปฏิบัติงานจะประสบผลสำเร็จมากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการวางแผน และถ้าวางแผนดี ก็เท่ากับปฏิบัติงานสำเร็จไปแล้วกว่าครึ่ง

ประเภทของการวางแผน

1. การวางแผนตามระดับของการบริหารงานองค์กร การวางแผนประเภทนี้จะสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ การวางแผนยุทธวิธี และการวางแผนปฏิบัติการ

- การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นการวางแผนที่ถูกจัดทำขึ้น โดยผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายกลยุทธ์ขององค์กรแล้วประสานไปยังผู้บริหารระดับกลางและระดับล่าง ทำให้การวางแผนกลยุทธ์มีลักษณะการบริหารแบบลงล่าง (Top-Dow Planning) ที่ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทสำคัญที่สุด การวางแผนกลยุทธ์จะกล่าวถึงขอบเขตกว้างๆ ของการจัดกิจกรรมขององค์กร ซึ่งต้องครอบคลุมทรัพยากรทั้งหมดที่องค์กรมีอยู่ตลอดจนการพยากรณ์สถานะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เป้าหมายของการวางแผนกลยุทธ์ โดยทั่วไปจะมุ่งเน้นให้องค์กรเจริญเติบโตและดำรงอยู่ได้ในอนาคต กับการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กร

- การวางแผนยุทธวิธี (Tactical Planning) เป็นการวางแผนที่เกิดจากการกระทำร่วมกันระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับผู้บริหารระดับกลางเพื่อให้องค์กรธุรกิจก้าวไปสู่ผลสำเร็จที่วางไว้ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายยุทธวิธีและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ แผนยุทธวิธี จะมีลักษณะเฉพาะเจาะจง และเป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำโดยหน่วยงานย่อยซึ่งอยู่ภายในองค์กร การวางแผนยุทธวิธีต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตกำหนดของแผนกลยุทธ์ แต่แผนยุทธวิธีจะทำหน้าที่ในการผสมผสานสอดคล้องระหว่างแผนกลยุทธ์ ซึ่งถูกสร้างขึ้น โดยผู้บริหารระดับสูง กับแผนปฏิบัติการ ซึ่งเป็นแผนระดับล่างและมักเป็นแผนระยะสั้นเข้าด้วยกันโดยเน้นให้ครอบคลุมในสิ่งที่มีความสำคัญทั้งหมด เช่น ค่าใช้จ่าย รายได้เวลา และเครื่องมือเครื่องใช้

- การวางแผนปฏิบัติการ (Operational Plans) ใช้อธิบายเป้าหมายในการปฏิบัติงานขององค์กรในลักษณะที่เป็นหน้าที่เฉพาะของหน่วยงาน หรือมีลักษณะที่เป็นงานที่ต้องทำเป็นประจำทุกวัน การวางแผนปฏิบัติการเป็นหน้าที่ของผู้บริหารระดับล่างที่จะต้องกระทำตามเป้าหมาย

ปฏิบัติการ และให้สอดคล้องกับแผนยุทธวิธี และแผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และให้สอดคล้องกับแผนยุทธวิธี และแผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการจึงมีลักษณะการวางแผนระยะสั้น ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ผู้บริหารสามารถควบคุมได้

2. การวางแผนตามระยะเวลา (Planning Time Frames) การวางแผน โดยอาศัยระยะเวลาในการปฏิบัติงานตามแผนเป็นเครื่องพิจารณาสามารถจะจำแนกแผนออกได้เป็น 3 ประเภทได้แก่

- การวางแผนระยะยาว (Long range Planning) เป็นการวางแผนในระดับกลยุทธ์โดยมีเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงการบริหารและการปฏิบัติการภายในองค์กรเข้ากับสถานะแวดล้อมปกติ การวางแผนระยะยาว จะคำนึงถึงอนาคตข้างหน้าไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป แม้ว่าวางแผนระยะยาวจะตั้งอยู่บนความไม่แน่นอนของสถานการณ์แวดล้อม แต่หลายๆ องค์กรก็สามารถชำระวางแผนระยะยาวให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้ เช่น ใช้การวางแผนระยะยาวในการพัฒนาทักษะและฝีมือของแรงงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้แรงงานในอนาคตผู้บริหารบริษัทซีรอกซ์ใช้การวางแผนระยะยาวสำหรับการสร้างสรรค์สายผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่จะสนับสนุนเป้าหมายกลยุทธ์ขององค์กร ในการสร้างความเป็นหนึ่งของโลกในธุรกิจกระบวนการเอกสาร และวางแผนใช้เวลาถึง 10 ปี ในการพัฒนาด้านการตลาดของเทคโนโลยีด้านเอกสารและใช้การสร้างสรรค์เครื่องจักรคอมพิวเตอร์ดิจิทัลแบบตั้งโต๊ะ เพื่อใช้งานด้านเอกสารสำเนาที่มีความเร็วสูงและมีคุณภาพสูง

- การวางแผนระยะปานกลาง (Intermediate Range Planning) การวางแผนระยะปานกลาง จะครอบคลุมเวลาในการดำเนินงานตามแผนตั้งแต่ 1 ปี ถึง 5 ปี แผนระยะปานกลางจึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางประสานระหว่างแผนระยะยาวกับแผนระยะสั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานภายในองค์กรเป็นไปตามยุทธวิธี และเป้าหมายยุทธวิธีที่วางไว้ บางครั้งองค์กรธุรกิจบางแห่ง อาจรวมเอาการวางแผนระยะสั้นและการวางแผนระยะปานกลางเข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายในการทำกำไรขององค์กรเป็นหลัก หรืออาจใช้วิธีวางแผนระยะปานกลางเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือสำหรับการขยายกิจการ และขยายกำลังการผลิตโดยใช้ช่วงเวลา 1 ปีถึง 5 ปีเป็นเกณฑ์

- การวางแผนระยะสั้น (short range Planning) เป็นการวางแผนเพื่อให้ครอบคลุมและปฏิบัติตามเป้าหมายปฏิบัติการหรือแผนปฏิบัติการที่วางไว้โดยปกติ แผนระยะสั้นจะต้องสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนระยะยาว ระยะเวลาสำหรับการวางแผนระยะสั้นมักเป็นช่วงเวลาของการดำเนินงานในปัจจุบัน ซึ่งถือเอาช่วงเวลาภายในเวลา 1 ปีเป็นเกณฑ์ แผนระยะสั้นจะช่วยให้การบริหารการปฏิบัติงานประจำวันเป็นไปด้วยความราบรื่นเรียบร้อย

3. การวางแผนตามหน้าที่ดำเนินงาน (Functional Planning) การวางแผนโดยจำแนกตามหน้าที่ดำเนินงาน สามารถจำแนกแผนออกได้เป็น 5 ชนิด ได้แก่

- แผนแม่บท (Master Plan) เป็นแผนที่เกิดจากการรวมแผนทั้งหมดภายในองค์กรเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เห็นถึงโครงสร้างโดยรวม ของการปฏิบัติงานภายในองค์กร และใช้เป็นแม่แบบในการวางแผนระดับรองลงไปของกิจการ

- แผนหน้าที่ (Functional Plan) เป็นแผนที่ถูกวางขึ้นเพื่อเฉพาะเจาะจงใช้กับ กลุ่มงาน แผนปฏิบัติงานจะเป็นแผนย่อยที่อยู่ในแผนที่เรียกว่าแผนแม่บท แผนปฏิบัติงานจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติทราบว่า หน่วยงานจะต้องทำอะไร ทำอย่างไร และทำเพื่ออะไร ตลอดจนแสดง เป้าหมายสุดท้ายที่คาดหวัง เมื่อปฏิบัติตามแผนทุกอย่างหมดแล้ว

- แผนงาน โครงการ (Project) เป็นแผนที่องค์กรทำขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบาย เกี่ยวกับกิจกรรมใหญ่ขององค์กรเฉพาะครั้ง (เป็นกิจกรรมที่นาน ๆ ทำที มีใช้ทำเป็นประจำสม่ำเสมอ) ซึ่งต้องใช้ปัจจัยเป็นจำนวนมาก จากหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กรหลาย ๆ หน่วยงาน การวางแผนงานโครงการจะช่วยให้หน่วยงานย่อยแต่ละหน่วยงานรู้หน้าที่ และความรับผิดชอบของตน มีการประสานสัมพันธ์อันดี ซึ่งจะทำงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- แผนสรุป (Comprehensive Plan) เป็นแผนที่จัดทำขึ้นเพื่อสรุปรวมแผนที่ ตลอดจนแผนงาน โครงการที่องค์กรกระทำ โดยอาจจำแนกเป็นหมวดหมู่ หรือจำแนกตามขอบเขตของงาน หรือระดับความซับซ้อนในการปฏิบัติ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ การวางแผนประเภทนี้ จะเห็นได้ชัดในการวางแผนบริหารประเทศของรัฐบาล ตัวอย่างเช่น แผนสาธารณสุข แผนการจัดการศึกษา เป็นต้น

- แผนกิจกรรม (Activity Planning) เป็นแผนที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นตารางเวลาของการปฏิบัติงาน (Schedule) แผนกิจกรรมจะแสดงให้เห็นว่า แต่ละหน่วยงานย่อยในองค์กรมีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมอะไร ในช่วงเวลาใดบ้าง กิจกรรมนั้นจะเริ่มต้นเมื่อไร และจะต้องดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องกับหน่วยงานใด บ้างหรือไม่ เพื่อให้งานนั้นแล้วเสร็จบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การวางแผนตามความถี่ของการนำแผนไปใช้ (Repetitiveness Use Plan) การจำแนกประเภทของแผนวิธีนี้ จะแบ่งแผนออกได้ เป็น 2 ประเภท ได้แก่ แผนหลักและแผนใช้เฉพาะครั้ง

- แผนหลัก (Standing Plan) (หรืออาจเรียกได้ว่าแผนยืนพื้น แผนถาวร หรือแผนประจำ) เป็นแนวคิด หลักการ หรือแนวทางปฏิบัติในการกระทำกิจกรรมบางอย่างภายในองค์กร ซึ่งต้องมีการกระทำซ้ำบ่อยๆ แผนหลักหรือแผนประจำนี้ จะถูกนำมาใช้ได้หลาย ๆ ครั้งโดยไม่มีการกำหนดอายุ (ขึ้นอยู่กับเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ทั้งภายในและภายนอกเป็นเกณฑ์) แผนหลักหรือแผนประจำจึงต้องเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหาร ในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาระหว่างฝ่ายต่างๆ

- แผนใช้เฉพาะครั้ง (Single-Use Plan) หมายถึง แผนที่เตรียมขึ้นอย่างเฉพาะเจาะจงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวแล้วจะไม่มีโอกาสเกิดขึ้นอีก (one time Goal) เมื่อบรรลุผลตามที่กำหนดแล้วจะเลิกใช้แผนนั้นๆ แต่ถ้าสถานการณ์เอื้ออำนวยจะนำกลับมาใช้ใหม่อีกก็ได้

5. การวางแผนตามขอบเขตครอบคลุมของแผน (Scope of Planning) วิธีนี้จะจำแนกแผนออกได้เป็น วัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ วิธีการทำงาน มาตรฐานงบประมาณ แผนงาน

ลักษณะของการวางแผนที่ดี

1. มีความคล่องตัว (Flexibility) ลักษณะของแผนที่ดีต้องมีความคล่องตัวสูง สามารถเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาวะแวดล้อม ตลอดจนโอกาสใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นได้

2. มีความครอบคลุม (Comprehensiveness) ลักษณะของแผนมีทั้งที่เฉพาะเจาะจง และแผนรวมกิจกรรมทั้งหมดในองค์กร ดังนั้น แผนหลักหรือแผนระยะยาวควรเป็นที่รวมของกิจกรรมย่อยๆ ทั้งหลายในองค์กร หรือแผนระยะสั้นทั้งหมดเข้าไว้โดยมุ่งให้บรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์หลักขององค์กร

3. ระยะเวลาแผน (Time Span) แผนที่ดีควรมีกำหนดระยะเวลาการเริ่มต้นและการสิ้นสุดของแผนไว้อย่างชัดเจนว่า จะทำอะไร เมื่อไร และจะสิ้นสุดกิจกรรมนั้นเมื่อไร

4. มีความคุ้มค่า (Cost Effectiveness) แผนที่ดีควรมีต้นทุนต่ำกว่าผลที่จะได้รับจากการใช้แผนนั้น โดยยึดหลักการประหยัด และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5. มีความชัดเจน (Celerity or Specificity) แผนที่ดีต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า ใครจะเป็นผู้รับผิดชอบ ทำอะไร ทำเมื่อไร ทำที่ไหน ทำอย่างไร และทำเพื่ออะไรอย่างละเอียด เพื่อให้การวางแผนไปใช้ปฏิบัติสามารถกระทำได้ประสานสอดคล้องอย่างต่อเนื่อง

6. เป็นรูปแบบตามพิธีการ (Formality) แผนที่ดีต้องจัดวางขึ้นโดยผ่านขั้นตอนกระบวนการต่างๆ อย่างครบถ้วนซึ่งจะทำให้เป็นที่ยอมรับของคนในองค์กร

7. มีเหตุผล (Rationality) แผนที่ดีจะต้องถูกกำหนดขึ้นอย่างมีเหตุผลเป็นที่ยอมรับของบุคลากรทุกคนในองค์กร และสามารถปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้จริง

8. มีความสอดคล้อง (Relevance) แผนที่ดีจะต้องอยู่ในกรอบของวัตถุประสงค์ และนโยบายที่กำหนดไว้

9. มีลักษณะปกปิด (Confidentiality) แผนที่ดีจะต้องเปิดเผยรายละเอียดเฉพาะผู้ที่รับผิดชอบในการปฏิบัติ และผู้ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น เพื่อป้องกันคู่แข่งทางธุรกิจ

10. มีลักษณะเน้นอนาคต (Future Oriented) เพราะว่าการวางแผนคือกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจในปัจจุบัน เพื่อการปฏิบัติการในอนาคต ดังนั้นแผนที่ดีจึงต้องมุ่งเน้นการตอบสนองการปฏิบัติภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ

11. มีความต่อเนื่อง (Continuous Process) แผนที่ดีต้องมุ่งเน้นการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตลอดจนการต่อเนื่องของแผน และการบริหารเพื่อให้องค์กรก้าวไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง

ความหมายของการเลือกตั้งนักวิชาการหลายๆ ท่านได้ให้ความหมายของการเลือกตั้งไว้ดังต่อไปนี้

Harrop และ Miller ได้ให้คำจำกัดความของการเลือกตั้งว่าเป็นการใช้สิทธิอย่างเป็นทางการของประชาชน อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงการตัดสินใจของประชาชนว่าใครจะเข้าไปเป็นผู้ปกครอง, ใครสมควรจะอยู่ในตำแหน่งต่อไป, ใครควรจะไป หรือใครควรจะมาดำรงตำแหน่งแทนคนเก่าที่ไม่ถูกเลือกตั้งเข้ามา

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว ได้ให้ความหมายของการเลือกตั้งว่าเป็นการแสดงออกซึ่งเจตจำนงของประชาชนในการปกครองประเทศ เจตจำนงดังกล่าวปรากฏอยู่ในลักษณะการเรียกร้อง (demand) หรือสนับสนุน (support) ต่อการตัดสินใจทั้งหลายในระบบการเมือง

การเลือกตั้งจึงเป็นกลไกที่แสดงออกถึงเจตจำนงของประชาชน ที่เรียกร้องสนับสนุนให้มีการกระทำหรือละเว้นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในทางการเมือง เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน ดังนั้น การที่ประชาชนจะเลือกพรรค, ผู้แทน, กลุ่มการเมืองใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าพรรค, กลุ่มการเมือง, ผู้สมัครมีอุดมการณ์และนโยบายที่ตอบสนองกับความต้องการของตนหรือไม่

2.2 ความสำคัญของการเลือกตั้ง

การเลือกตั้งเป็นกลไกการใช้อำนาจอธิปไตย หรือการมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation) ของประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนที่มีนโยบายตรงกับความต้องการของตนเอง เพื่อให้เขาเหล่านั้นไปใช้อำนาจอธิปไตยแทนตนด้วยความชอบธรรมเพื่อลดภาวะความตึงเครียด ขจัดความขัดแย้ง หรือการสืบทอดอำนาจ และเป็นกลไกที่จะควบคุมให้ผู้แทนที่ดำรงตำแหน่งจากการเลือกตั้งตระหนักอยู่เสมอว่าตนเองต้องมีความรับผิดชอบต่อประชาชน เพราะประชาชนจะเป็นผู้กำหนดอนาคตทางการเมืองของตนด้วยการเลือกหรือไม่เลือกคนกลับเข้ามาทำหน้าที่ผู้แทนอีก

โดยสรุป การเลือกตั้งมีความสำคัญดังต่อไปนี้

1. เป็นการเลือกผู้ปกครองหรือรัฐบาลที่จะมาทำการปกครอง

2. เป็น “ห้ามล้อ” ทางการเมือง ทำให้ผู้ปกครองต้องฟังเสียงของประชาชนตลอดเวลา
 3. เป็นกลไกเชื่อมโยงความต้องการของประชาชนเข้ากับนโยบายสาธารณะ
 4. สร้างความชอบธรรมทางการเมือง
 5. ลดความตึงเครียดและความขัดแย้งทางการเมืองและสังคม
 6. ทำให้เกิดบูรณาการทางการเมือง
 7. ทำให้เกิดการระดมมวลชนเข้าสู่กระบวนการปกครองในระบอบประชาธิปไตย
- ในลักษณะของความจำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่พลเมืองดี

ในการเลือกตั้งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ มากมายที่มีได้จำกัดอยู่แค่การไปลงคะแนนเสียงเท่านั้น คะแนนเสียงเป็นเพียงผลการตัดสินใจของประชาชนที่จะเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง แต่กระบวนการในการเลือกตั้งที่มีความสำคัญ และเราไม่สามารถมองข้ามไปได้ก็คือขั้นตอนที่ผู้สมัครต่างๆ เสนอตัวเป็นตัวเลือกต่อประชาชน สิ่งที่คุณผู้สมัครจะต้องทำต่อไปก็คือการใช้วิธีการต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเห็นว่าตนเองเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมอันนำไปสู่การลงคะแนนให้ในที่สุด ขั้นตอนในการเสนอตัวเป็นตัวเลือกนี้ก็คือ “การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง” นั่นเอง

2.3 การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

การรณรงค์หาเสียงก็คือ ความพยายามที่จะแจ้ง/บอกให้ทราบ, ชักจูง และระดมอย่างเป็นระบบ ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า การหาเสียงเลือกตั้งเป็นส่วนหนึ่งที่ควบคู่กับกระบวนการเลือกตั้งอย่างแยกจากกันไม่ออก

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทยอาจมีความแตกต่างไปจากพฤติกรรม การหาเสียงเลือกตั้งในประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่ปกครองระบอบประชาธิปไตยมีความเจริญในขั้นสูง เช่น สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, สวิตเซอร์แลนด์, ออสเตรเลีย ฯลฯ ดังจะเห็นได้ว่าคนไทยมีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยคำนึงถึงค่านิยมทางสังคมของไทย เช่น การหาเสียงที่สอดคล้องกับค่านิยมอันเกี่ยวกับระบบความสัมพันธ์ของ “เจ้านาย – ลูกน้อง” (Patron – Client), ค่านิยมเกี่ยวกับความกตัญญู ฯลฯ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทยจึงมีวิธีการต่างๆ มากมาย สุดแต่ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะใช้วิธีการหาเสียงในรูปแบบใด แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการหาเสียงก็มักจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมทางการเมืองของไทย โดยเฉพาะวัฒนธรรมทางการเมืองในระดับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี และสามารถใช่วิธีการในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีปัจจัยหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 4 เรื่อง ประกอบด้วย

1. การสำรวจบริบท/สภาพแวดล้อมเบื้องต้นในการเลือกตั้ง (Contextual Environment) เป็นการสำรวจขั้นต้น (Surfacing) เกี่ยวกับบริบท และสิ่งแวดล้อมของผู้สมัครในการเลือกตั้งครั้งนั้นๆ เช่น กฎหมาย, กติกา, กฎเกณฑ์, ข้อบังคับเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และเทคนิคที่จะใช้ในการเลือกตั้งของตน เช่น การสำรวจคะแนนเสียงของตน โดยผู้สมัครจะต้องมีการสำรวจถึงข้อดี-ข้อเสียของตนเอง รวมถึงประเมินฐานเสียงของตนว่ามีเท่าใด ประมาณการคะแนนที่จะต้องได้เพื่อให้ชนะการเลือกตั้ง 14 โดยมีคะแนนประเภทที่สำคัญที่สุดคือ “คะแนนจัดตั้ง” ซึ่งผู้สมัครจะต้องประเมินว่าจะต้องรวบรวมคะแนนจัดหาเท่าใดจึงจะชนะการเลือกตั้ง ซึ่งวิธีหนึ่งที่นิยมใช้ในการรวบรวมคะแนนเสียงจัดหา คือ การประเมินจากหัวคะแนนในสังกัดของตนที่มีอยู่ในชุมชนว่าจะสามารถจัดหาคะแนนจากชุมชนได้เท่าใด จะต้องจัดหาเพิ่มในท้องที่อื่นๆ อีกหรือไม่ เป็นต้น

นอกจากพยายามจะรู้จักตนเองแล้ว ผู้สมัครจะต้องพยายามรู้จักคู่แข่งอย่างละเอียดถี่ถ้วนเช่น รู้ว่าใครเป็นคู่แข่งของตน, พรรคพวก, ผู้สนับสนุนคู่แข่งเป็นใคร, ฐานเสียงของคู่แข่งอยู่ที่ไหนเพื่อจะได้วินิจฉัยว่าจุดใดที่เราจะมีโอกาสเข้าไปแย่งชิงคะแนนเสียง หรือจุดใดที่เราควรปล่อยไปจะได้ไม่ต้องเสียเงินและเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์ รวมถึงต้องวิเคราะห์จุดแข็ง – จุดอ่อนของคู่แข่งเพื่อดำเนินการแข่งขันโดยเริ่มจากจุดอ่อนของคู่แข่ง เป็นต้น

2. การจัดองค์กรบริหารการหาเสียงและยุทธวิธีที่ใช้ในการหาเสียง ในหัวข้อนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1) การจัดองค์กรบริหารการหาเสียง ปัจจัยที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการกำหนดประสิทธิภาพของการหาเสียง คือ องค์กรหาเสียงของผู้สมัคร ยิ่งเขตเลือกตั้งกว้างและผู้แข่งขันมีมาก องค์กรการหาเสียงยิ่งมีความจำเป็นมากเท่านั้น การจัดองค์กรหาเสียงก็คือ การบริหารปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ของผู้สมัครหรือผู้ใกล้ชิดกับผู้สมัคร เพื่อให้เกิดประโยชน์และเอื้ออำนวยให้ผู้สมัครบรรลุเป้าหมายแห่งชัยชนะในการเลือกตั้งโดยทั่วไปแล้วในองค์กรจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆคือ 1) งานวางแผน 2) งานประชาสัมพันธ์ 3) งานหาเสียงในพื้นที่ 4) งานข่าวและการประเมิน 5) งานเสียบึงและการต้อนรับ 6) งานการเงินและธุรการ 18

2.2) ยุทธวิธีการรณรงค์หาเสียง เมื่อกำหนดยุทธศาสตร์ อันได้แก่ พื้นที่และกลุ่มเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว ผู้สมัครก็จะกำหนดยุทธวิธีในการรณรงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่วางไว้ ยุทธวิธีที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงนั้นก็คือ การที่ผู้สมัครใช้ช่องทางต่างๆ, วิธีการต่างๆ ในการติดต่อสื่อสารส่งข่าวสารข้อมูลกับประชาชน เพื่อให้ตนสามารถชนะการเลือกตั้งช่องทางนั้นอาจจะเป็นคน เช่น ติดต่อสื่อสารผ่านทางหัวคะแนน, ผู้สมัครสื่อสารกับประชาชนด้วยตนเอง หรือการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้นเราสามารถจำแนกรูปแบบการรณรงค์หาเสียงโดยใช้เกณฑ์ของกฎหมายเป็นตัวแบ่ง สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทได้แก่

2.2.1 รูปแบบของการหาเสียงที่เปิดเผยหรือแบบเป็นทางการ ซึ่งแบ่งออกเป็น

- การใช้สิ่งพิมพ์และการประชาสัมพันธ์ เช่น การทำป้ายโปสเตอร์ขนาดต่างๆ ติดไว้ในที่สัญจรของประชาชน, แผ่นปลิวซึ่งส่วนมากจะประกอบไปด้วยรูปของผู้สมัคร ชื่อ-ชื่อสกุล หมายเลข และผลงาน การออกใบปลิว, การใช้รถที่มีโปสเตอร์หรือแผ่นป้ายโฆษณาชื่อรูปหมายเลขของผู้สมัครวิ่งกระจายไปตามชุมชนต่างๆ

- การปราศรัยหาเสียง

- การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งผ่านวิธีการ “เคาะประตูบ้าน”

- การใช้สื่อมวลชนเพื่อการหาเสียง เช่น วิทยุ, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, Internet เป็นต้น

2.2.2 การหาเสียงที่ไม่เปิดเผย เป็นการหาเสียงนอกรูปแบบ เป็นการหาเสียงที่ไม่เปิดเผยหรือไม่ถูกต้องตามกฎหมายเลือกตั้ง เชื่อกันว่าการหาเสียงในรูปแบบนี้เป็นส่วนที่มีความสำคัญเหนือกว่าการหาเสียงในรูปแบบหรือในกรอบของกฎหมายหลายท่านก็ วิธีการที่ใช้ก็คือ การหาเสียงโดยใช้ “ผู้มีอิทธิพลและหัวคะแนน”, การซื้อเสียงขายเสียง

2.2.3 การหาเสียงที่ถูกต้องตามกฎหมาย แต่ผิดจริยธรรมทางการเมือง เป็นการหาเสียงที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย แต่เมื่อพิจารณาในแง่จริยธรรมทางการเมืองแล้วถือว่าเป็นเรื่องน่าตำหนิได้แก่

- การใส่ร้ายป้ายสีคู่แข่งโดยปราศจากมูลความจริง

- การกระตุ้นให้ประชาชนเอือมระอากับคู่แข่ง ทำให้ประชาชนเกิดความรำคาญหรือเอือมระอาผู้สมัครบางคนจนไม่ลงคะแนนเสียงให้

จำแนกรูปแบบของการรณรงค์หาเสียงโดยใช้กลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ในการแบ่งคือ

1. ยุทธวิธีการรณรงค์หาเสียงด้านกว้าง ได้แก่ วิธีการที่มุ่งเป้าไปสู่บุคคลทั้งหมดในเขตเลือกตั้ง โดยไม่จำกัดกลุ่ม ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารจึงต้องมีลักษณะทั่วไป วิธีการรณรงค์หาเสียงประเภทนี้ก็จะใช้คัทเอ้า, โปสเตอร์, แผ่นปลิว, แผ่นพับ, การปราศรัย, การเคาะประตูบ้าน ตลอดจนการใช้สื่อทางหนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์

การใช้แผ่นพับ, โปสเตอร์, แผ่นปลิว, คัทเอ้า นั้นส่วนมากเป็นเพียงการสร้างความรู้จำมักคุ้นว่าใครเป็นใครเท่านั้น แต่ไม่ได้มีผลถึงขั้นที่ประชาชนจะลงคะแนนเสียงให้การปราศรัยและการเคาะประตู เป็นวิธีการพื้นฐานของการรณรงค์หาเสียงที่บรรดาผู้สมัครใช้กัน

การปราศรัยเป็นการพูดเพื่อโน้มน้าวให้ผู้ฟังศรัทธาเลื่อมใสผู้พูด เนื้อหาที่จะประกอบด้วยคำโฆษณาถึงผลงานในอดีตและสิ่งที่ผู้สมัครจะกระทำต่อไปในอนาคต บางคนก็จะมิ

เนื้อหาที่เสียดสีวิพากษ์วิจารณ์จุดอ่อนของกลุ่ม แต่อย่างไรก็ดี การปราศรัยหาเสียงก็ใช้ไม่ได้ผลในบางพื้นที่ เช่น บางพื้นที่ไม่มีคนไปฟังการหาเสียง ผู้สมัครจึงต้องใช้ให้ทีมงาน พรรคพวก ระดมคนไปฟังการปราศรัยหาเสียงของตน เพื่อสร้างบรรยากาศการปราศรัยให้คึกคัก การปราศรัยเป็นที่นิยมใช้กันมากในแถบภาคใต้, กรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ในภาคต่างๆ

การเคาะประตูบ้าน เป็นวิธีการที่ผู้สมัครและทีมงานร่วมกันเดินไปทักทายชาวบ้านในที่ต่างๆ เพื่อแนะนำตนเองให้เป็นที่รู้จัก แต่การเดินเคาะประตูในปัจจุบันแทบจะไม่เหลือพลังที่จะโน้มน้าวให้ชาวบ้านเลือกผู้สมัครอีกแล้ว เพราะผู้สมัครก็ใช้วิธีการนี้ทุกคน และเป็นการไปพบที่ใช้เวลาสั้นแค่ไม่กี่นาที ทำให้ผู้สมัครและชาวบ้านขาดความผูกพันกัน

การเสนอความคิดเห็นในเชิงถกเถียงปัญหา ตอบคำถามทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ หรือจัดให้มีการปราศรัยในรูปแบบนี้ ปรากฏว่าเป็นเรื่องที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเลือกใคร

2. ยุทธวิธีการรณรงค์หาเสียงด้านลึก เป็นยุทธวิธีที่ผู้สมัครใช้โดยพยายามมุ่งตรงเข้าหากลุ่มเป้าหมายในลักษณะเฉพาะเจาะจงแบบตีสันทิประชิดตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคลและบุคคลที่หวังผลในคะแนนเสียงได้ การรณรงค์ในลักษณะที่มีความล่อแหลมสูงที่จะแปรเปลี่ยนไปเป็นการรณรงค์หาเสียงที่ทุจริตผู้สมัครที่จะทำการรณรงค์ด้านลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องมีเงื่อนไขพื้นฐานที่สำคัญ ดังนี้

- ผู้สมัครต้องมีเครือข่ายการจัดตั้งองค์กรมวลชนที่กว้างขวางและมีความสัมพันธ์แนบแน่นกับมวลชน

- ผู้สมัครต้องมีบุคลิกส่วนตัวในลักษณะเป็นกันเอง, มีภาพลักษณ์ที่ดีงาม

- การทำงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้สมัครสามารถวางรากฐานทางด้านต่างๆ ได้อย่างแน่นหนา และทำให้ประชาชนรู้สึกที่ไม่ถูกทอดทิ้ง ยิ่งผู้สมัครคนใดหมั่นเข้าไปพบปะพูดคุยกับชาวบ้านสม่ำเสมอตั้งแต่ก่อนจะถึงช่วงเลือกตั้ง ก็จะทำให้ผู้สมัครผู้นั้นกุมจิตใจมวลชนไว้ได้ แต่ถ้าผู้สมัครคนใดที่ทำงานมวลชนน้อย เวลาเลือกตั้งวิธีการเดียวที่จะใช้ได้ก็คือการใช้เงินซื้อเสียงแทน

- การใช้เงินซื้อทางวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อม ผู้สมัครมักจะอาศัยงานบุญ งานประเพณีต่างๆ เช่น งานศพ, งานแต่งงาน, งานบวช ฯลฯ ของชาวบ้านเพื่อเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้สมัครคนนั้นได้ไม่ยากนัก

- การให้การศึกษาทางด้านการเมืองและรับฟังปัญหาจากชาวบ้าน

2.4 กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์หาเสียง

ในการรณรงค์หาเสียงทุกครั้ง เป้าหมาย คือ ต้องการระดมผู้ที่สนับสนุนผู้สมัครไปลงคะแนนให้ผู้สมัครคนนั้นๆ แต่หลายครั้งการรณรงค์หาเสียงก็มีเป้าหมายเพื่อโน้มน้าวหรือชักจูง

ให้ประชาชนที่ยังไม่ได้ตัดสินใจเลือกใคร หรือประชาชนที่ให้การสนับสนุนฝ่ายตรงข้ามให้กลับมาสนับสนุนตนเอง การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งไม่จำเป็นจะต้องตั้งเป้าหมายว่าจะต้องได้คะแนนเสียงที่พรรคในเขตเลือกตั้ง เพราะวิธีการนี้ต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก แต่ทรัพยากรของผู้สมัครแต่ละคนมีจำกัด ผู้สมัครจึงต้องใช้ทรัพยากรนั้นสร้างคะแนนเสียงให้อยู่ในระดับที่เพียงพอที่จะชนะการเลือกตั้งเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ “การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย” จึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

2.5 ระยะเวลาในการรณรงค์หาเสียง

ห้วงเวลาการรณรงค์หาเสียงนับเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะบอกให้ผู้สมัครรู้ว่าช่วงใดควรใช้ยุทธศาสตร์/ยุทธวิธีใด เข้มข้นมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพราะการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมิได้เกิดขึ้นในทุกวัน แต่มีเฉพาะบางห้วงเวลาเท่านั้น นอกจากนั้น ห้วงเวลาในการรณรงค์หาเสียงก็ยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอื่นๆ ด้วย เพราะห้วงเวลาที่ต่างกันยุทธศาสตร์/ยุทธวิธี, การจัดองค์กรหาเสียง, กลุ่มเป้าหมาย อาจแตกต่างกันด้วย

โดยทั่วไปเราสามารถแบ่งห้วงเวลาของการเลือกตั้งออกเป็น 2 ระยะเวลาใหญ่ๆ คือ

1. ระยะเวลาก่อนฤดูการเลือกตั้ง

เป็นช่วงเวลาที่การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างไม่เป็นทางการยังไม่ได้เกิดขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเป็นเวลาปกติก่อนที่จะกำหนดการเลือกตั้ง การหาเสียงในช่วงนี้ไม่มีช่วงกำหนดระยะเวลาว่าควรจะนานเท่าใด ขึ้นอยู่กับสถานะ วิธีการ เงินทุน ฯลฯ ของแต่ละคน เราอาจเรียกการหาเสียงก่อนฤดูการรณรงค์นี้ว่า “การวางแผนหาเสียงระยะยาว” สำหรับนักการเมืองที่เจนเวทีแล้ว การวางแผนหาเสียงจะไม่จำกัดอยู่เฉพาะช่วงเวลาที่มีการกำหนดว่าจะมีการเลือกตั้งใหม่ เพราะพวกเขามองว่าแท้จริงแล้วการหาเสียงในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นแค่การหาเสียงอย่างเป็นทางการหรือเป็นการหาเสียงพิเศษเพิ่มเติมจากที่ตนเองได้กระทำเป็นประจำอยู่แล้วเท่านั้น ในช่วงเวลานี้ ผู้สมัครหรือผู้ที่คิดจะลงสมัครจะใช้ช่วงเวลานี้เพื่อปูฐานคะแนนนิยม โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น ลงไปพบปะพูดคุยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบกับชาวบ้าน, ใช้วิธีการหว่านพืชโดยการสร้างสาธารณูปโภค แจกจ่ายสิ่งของ ร่วมทำบุญกุศล หรือร่วมงานประเพณีต่างๆ กับชาวบ้าน การปฏิบัติเช่นนี้เป็นการสร้างความผูกพันทางด้านจิตใจกับประชาชน และจากเงื่อนไขของกฎหมายในปัจจุบัน ทำให้ผู้ที่ดำรงตำแหน่งทางการเมืองได้เปรียบผู้สมัครคนอื่นๆ เพราะสามารถใช้อำนาจและงบประมาณของทางราชการเป็นเครื่องมือในการสร้างความนิยม เช่นการนำโครงการต่างๆ เข้าสู่ชุมชน, จัดให้ชุมชนต่างๆ ไปดูงาน ฯลฯ วิธีการนี้นอกจากไม่ผิดกฎหมายแล้วยังสามารถกระทำได้อย่างชอบธรรม

2. ห้วงฤดูการณรงค์

เป็นช่วงเวลาทีนับจากวันสุดท้ายของการรับสมัครเลือกตั้งจนถึงวันเลือกตั้ง และในช่วงนี้เรายังสามารถจำแนกออกเป็น 3 ห้วงย่อยๆ คือ

1) ห้วงคั้นฤดูการเลือกตั้ง ในช่วงนี้ผู้สมัครแต่ละคนจะเริ่มจัดกระบวนการหาเสียง เริ่มดำเนินตามยุทธศาสตร์และยุทธวิธีที่ตนได้ตั้งไว้ เช่น เริ่มมีการติดโปสเตอร์, แผ่นป้าย, แจกแผ่นพับแก่ประชาชน, เริ่มมีการปราศรัยหาเสียง, เริ่มการเดินทางประตูบ้าน, เริ่มวางแผนจัดตั้งกลไกห้วคณะแน (ในกรณีที่ใช้ยุทธวิธีในทางลึกลับและผิดกฎหมาย) ในช่วงนี้ นับว่าการต่อสู้ของผู้สมัครแต่ละคนยังไม่เข้มข้น เพียงแต่เป็นการชิมलग และบอกกับประชาชนว่าตนนั้นลงสมัครรับเลือกตั้งในครั้งนี้

2) ช่วงฤดูการณรงค์ ในระยะนี้การต่อสู้ แข่งขันของผู้สมัครแต่ละคนจะเป็นไปอย่างเข้มข้นผู้สมัครจะปล่อยยุทธวิธีต่างๆ ออกมาต่อสู้แข่งขันกันอย่างหนาแน่น แต่ละคนต่างก็จะจัดเอาวิธีการทุกประเภทเข้าแข่งขันกัน กลไกและองค์กรจัดตั้งต่างๆ ได้รับการปรับปรุงให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้นอกจากนั้น ผู้สมัครแต่ละฝ่ายต่างพยายามปรับปรุงแก้ไขยุทธวิธีของตนให้เข้มแข็งรัดกุมยิ่งขึ้น และพร้อมกันนั้นก็ได้อวางแผนกำหนดแนวทางปฏิบัติที่จะใช้ในปลายฤดูหาเสียงเลือกตั้ง

3) ห้วงปลายฤดูการเลือกตั้งหรือช่วง 10 วันสุดท้ายก่อนจะถึงวันเลือกตั้ง ในช่วงนี้ผู้สมัครจะมีการต่อสู้กันอย่างเข้มข้น ผ่านวิธีการต่างๆ ทั้งยุทธวิธีหาเสียงโดยถูกต้องกฎหมาย – ผิดกฎหมาย, ทั้งการหาเสียงในเชิงกว้าง – ลึกลับ เช่น การใช้ห้วคณะแนลงไประดมประชาชนไปเลือกตั้ง, การโจมตีฝ่ายตรงข้าม ฯลฯ บทบาทของทีมงานของผู้สมัคร ไม่ว่าจะเป็นห้วคณะแน, เจ้าหน้าที่ในองค์กรหาเสียง, อาสาสมัครจะต้องทำหน้าที่อย่างหนักในช่วงนี้ เพื่อที่จะรักษาคะแนนเสียงของฝ่ายตนที่มีอยู่ขณะเดียวกันก็ต้องเร่งสร้างคะแนนเสียงเพิ่ม โดยการทำให้ประชาชนที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเลือกใครหันมาเลือกฝ่ายตน ในขณะเดียวกัน ก็พยายามดึงคะแนนเสียงจากฝ่ายตรงข้ามให้มากที่สุด

ขั้นตอนในการหาเสียง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการสำรวจเบื้องต้น (Surfacing) เพื่อประเมินสถานภาพของตนเอง และวางแผนการณรงค์หาเสียง, เทคนิค, เริ่มสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองให้ตนเองดูดีและเหมาะสมกับตำแหน่ง ฯลฯ

2. ขั้นตอนการเลือกตั้งขั้นต้น (Primaries) ซึ่งผู้สมัครจะต้องทำให้ตนได้รับการยอมรับจากพรรคและสมาชิกพรรคที่ตนสังกัด วิธีการที่จะทำให้พรรคยอมรับ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมหาทุนให้กับพรรค ฯลฯ เพื่อให้ผู้สมัครคนนั้นเป็นผู้ที่มีความโดดเด่นที่สุดในพรรค

3. ขั้นตอนการเป็นตัวแทนของพรรค เป็นขั้นตอนที่ผู้สมัครจะต้องทำให้ตัวเองได้รับการเสนอชื่อและผ่านความเห็นชอบจากมติของที่ประชุมพรรค (Nominating Conventions) เพื่อให้ตัวเองเป็นตัวแทนของพรรคในการเลือกตั้ง

4. ขั้นตอนการเลือกตั้งทั่วไป (The General Election) ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่มีการดำเนินกิจกรรมในการหาเสียงเลือกตั้ง ไม่ว่าจะเป็น การปราศรัยหาเสียง, การตั้งขบวนหาเสียง, การอภิปราย, การทำป้ายโปสเตอร์หาเสียง, การติดสติ๊กเกอร์, การหยั่งคะแนนเสียง, การหาเสียงผ่านสื่อสารมวลชนต่างๆ ฯลฯ

สรุป งานวิจัยชิ้นนี้ได้ นำ แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ซึ่งก็คือการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโดยตรง และการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายถึงกระบวนการทางการเมืองภายในการเมืองท้องถิ่น ที่แสดงออกมาผ่านการวางแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งและการเลือกตั้ง โดยเฉพาะการเลือกตั้งนายกเทศองค์การบริหารส่วนตำบลโดยตรง การต่อสู้แข่งขันกันของผู้สมัคร โดยวิธีการต่างๆ นั้น จะเป็นเครื่องชี้วัดทิศทางการวางแผนพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อประโยชน์ของประชาชนที่จะสามารถเลือกผู้บริหารท้องถิ่นของตนได้โดยตรง, มีการเมืองที่โปร่งใสตรวจสอบได้มากขึ้น และเหนือสิ่งอื่นใดเป็นการปูพื้นฐานประชาธิปไตยจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับประเทศ อันเป็นการพัฒนาประชาธิปไตยตามแนวทางที่เหมาะสมและถูกต้องที่สุด

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร

3.1 ความหมายของการสื่อสาร

กองวิจัยทางการศึกษาระดับปริญญาตรี กระทรวงศึกษาธิการ (2542, หน้า 55) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยเครื่องมือวิธีใดวิธีหนึ่งให้ไปถึงเป้าหมายเพื่อให้มีความเข้าใจร่วมกัน การแสดงออกเพื่อการติดต่อสื่อสารนั้นมนุษย์จำเป็นต้องใช้ภาษาในด้านการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543, หน้า 9) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า คือ “การติดต่อกันระหว่างมนุษย์ เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกันและเกิดการตอบสนองต่อกัน”

ชนันวี ชามทอง (2550, หน้า 10) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อซึ่งกันและกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป โดยอาศัยสื่อกลางต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ

อรอำไพ ศรีวิชัย (2555, หน้า 11) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อและถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น ข้อมูลของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

จากความหมายของการสื่อสารสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมการติดต่อกันระหว่างมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น เรื่องราวต่างๆของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร SMCR (SMCR Model)

1.1 แบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เบอร์โล

เดวิด เค. เบอร์โล (อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2548 : 78) ได้พิมพ์ตำราชื่อ The Process of Communication ในทศวรรษที่ 1960 โดยอธิบายถึงคุณลักษณะและปัจจัยในกระบวนการสื่อสาร โดยเบอร์โลได้สรุปองค์ประกอบของการสื่อสารว่ามี 6 ประการ ในแบบจำลอง S M C R ประกอบด้วย

- **ผู้ส่ง (Source)** ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถใน “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งและควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

- **ข้อมูลข่าวสาร (Message)** เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร

- **ช่องทางในการส่ง (Channel)** หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสานสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

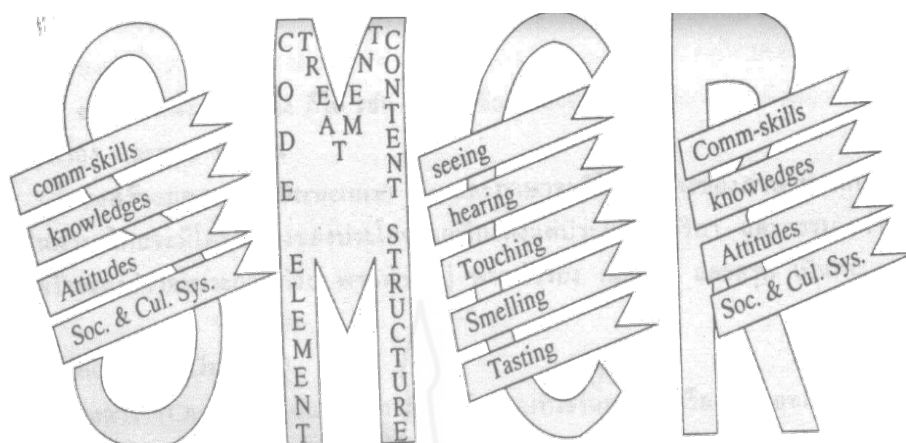
- **ผู้รับ (Receiver)** ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถใน “การถอดรหัส” (decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผลตามลักษณะของทฤษฎี S M C R นี้มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับที่จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใดได้แก่

- **ทักษะในการสื่อสาร (communication skills)** หมายถึงทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับ ควรจะมีความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้องเช่น ผู้ส่ง ต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสารมีการพูด โดยการใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่ายมีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะน่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่เหมือนกันกับผู้ส่งโดยมีทักษะการฟังที่ดีฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้ เป็นต้น

- **ทัศนคติ (attitudes)** เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสารถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดีทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วยเช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมี ความเห็นคล้อยตามไปได้ง่ายแต่ในทางตรงข้ามถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่ เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้นหรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกัน ท่วงทำนองหรือนำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟังแต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูด กันด้วยความไพเราะอ่านหวานน่าฟังเหล่านี้เป็นต้น

- **ระดับความรู้ (knowledge levels)** ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะ ทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดีแต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อม จะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในเรื่องความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำ สำนวนที่ใช้เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาวๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่นการที่หมอรักษาคนไข้แล้วพูดแต่คำศัพท์ การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่างๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็น โรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจาก ส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่างๆ ในชนบทเพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์ แก่ชาวบ้านถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการ โดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่นก็ จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้หรือในกรณีของการใช้ภาษาแม่ของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษาแม่มาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้ เหล่านี้เป็นต้น

- **ระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems)** ระบบสังคมและวัฒนธรรมใน แต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึง ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่นการให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ฯลฯ ดังนั้นในการติดต่อสื่อสารของ บุคคลต่างชาติต่างภาษาจะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารของ David K. Berlo

ที่มา : www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1203_222/Doc/

1.2 แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ “ใคร พูดยอะไร โดยวิธีการและช่องทางใด ไปยังใคร ด้วยผลอะไร”

สูตรการสื่อสารของลาสเวลล์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับใช้กันทั่วไปโดยสามารถนำมาเขียนเป็นรูปแบบจำลองและเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารได้ดังนี้

ในการที่จะจัดให้การเรียนการสอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพดีนั้นเราสามารถนำสูตรของลาสเวลล์มาใช้ได้เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา คือ

- **ใคร (Who)** เป็นผู้ส่งหรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าวผู้อ่านข่าวเป็นผู้ส่งข่าววารไปยังผู้ฟังทางบ้านในสถานการณ์ในห้องเรียนธรรมดาที่เช่นเดียวกันย่อมเป็นการพูดระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนหรือการที่ผู้เรียนกลายเป็นผู้ส่งโดยการตอบสนองกลับไปยังผู้สอนแต่ถ้าเป็นการสอนโดยใช้ภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ตัวผู้ส่งก็คือภาพยนตร์หรือโทรทัศน์นั้น

- **พูดยอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says what, with what purpose)** เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ เนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไร โดยจะเป็นข่าวสารธรรมดาเพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ ในแต่ละวัน หรือเป็นการให้ความรู้โดยที่ผู้สอนจะต้องทราบ

ว่าจะสอนเรื่องอะไรทำไมจึงจะสอนเรื่องนั้น สอนเพื่อวัตถุประสงค์อะไรและคาดว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้เรียนอย่างไรบ้าง

- **โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By what means, in what channel)** ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด การแสดงกริยาท่าทาง ใช้ภาพ ฯลฯ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟนหรือเครื่องเล่นวีซีดีเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับรับได้โดยสะดวกถ้าเป็นในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจจะสอนโดยการบรรยายหรือใช้สื่อการสอนต่าง ๆ เพื่อช่วยในการส่งเนื้อหาบทเรียนไปให้ผู้เรียนรับและเข้าใจได้อย่างถูกต้องทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น

- **ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To whom, in what situation)** ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยัง ผู้รับเป็นใครบ้าง เนื้อหาในโอกาสอะไร เช่นการอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านทราบถึงเหตุการณ์ ประจำวันหรือแสดงการทำกับข้าวให้กลุ่มแม่บ้านชมผู้ส่งยอมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใดบ้างเพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้เหมาะสมกับผู้รับการเรียนการสอนก็เช่นเดียวกัน การสอน ผู้เรียนอายุ 8 ปี กับอายุ 15 ปี ต้องมีวิธีการสอนและการใช้สื่อการสอนต่างกัน ผู้สอนต้องทราบถึงระดับสติปัญญาความสามารถและภูมิหลังของผู้เรียนแต่ละคนว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้างตลอดจนถึงอำนาจความสะดวกต่างๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการเรียน เช่นมีสื่อการสอนอะไร ที่จะนำมาใช้สอนได้บ้างสภาพแวดล้อมห้องเรียนที่จะสอนเป็นอย่างไร ฯลฯ

- **ได้ผลอย่างไรในปัจจุบัน และอนาคต (With what effect, immediate and long term ?)** การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเฉย ๆ หรือจดจำด้วยซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันและเช่นเดียวกันกับในการเรียนการสอนที่จะได้ผลนั้นผู้สอนจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่าเมื่อสอนแล้วผู้เรียนจะได้รับความรู้เกิดการเรียนรู้มากน้อยเท่าใดและสามารถจดจำความรู้ที่ได้รับนั้นได้นานเพียงใดโดยที่ผู้เรียนอาจได้รับความรู้เพียงบางส่วนหรือไม่เข้าใจเลยก็ได้การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นอาจทำได้ยากเพราะบางครั้งผู้เรียนอาจจะไม่แสดงการตอบสนองออกมาและบางครั้งการตอบสนองนั้นก็อาจจะวัดผลไม่ได้เช่นกัน

4. แนวคิดทฤษฎีด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร (KAP theory)

ความรู้ (knowledge) ทักษะ (attitude) และการปฏิบัติ (practice) มาจากตัวอักษรตัวแรกของคำทั้งสามอันได้แก่ KAP คนทั่วไปมองเห็น KAP theory ว่าเป็นเพียงเครื่องมือเพื่อใช้ในการสำรวจ จึงมักนิยมเรียกกันว่า KAP survey ซึ่งนิยมมาใช้ประเมิน โครงการต่างๆ โดย UNICEF มาตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 ซึ่งแต่เดิมนิยมศึกษาในเรื่องสุขอนามัยของคนในประเทศโลกที่สาม

ซึ่งมักมีปัญหาทางด้านสุขภาพอันเนื่องมาจากปัจจัยเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่ยากไร้ โดยงานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินว่าผู้รับสารที่ยากไร้เหล่านั้นมีความรู้ มีทัศนคติ และการนำไปปฏิบัติหรือไม่จากโครงการที่ UNICEF ลงไป ทั้งนี้โดยอาศัยการวิจัยแบบการสำรวจภาคตัดขวาง (cross-sectional surveys) โครงการวิจัยในครั้งนี้นักเป็นการศึกษาเพื่อวัดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการวางแผนครอบครัว ในระยะหลัง KAP survey ถูกนิยมนำมาใช้ในวงการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (development communication) ในปัจจุบันแม้จะผ่านระยะเวลามานานแล้ว ก็ยังมีนักวิชาการในปัจจุบันนำไปเครื่องมือวิจัยในหลายๆ เรื่องที่แตกต่างไปจากหัวข้อโครงการวิจัยในอดีต

ความรู้ในการสำรวจ KAP หมายถึง ข้อเท็จจริงที่สังเกตเห็นได้จากผลการรับรู้ข่าวสารที่ผู้จัดการ โครงการนำโครงการ ไปลง ผู้ที่รับรู้ข้อเท็จจริงจะเป็นผู้ที่ได้รับความรู้ในเรื่องนั้นๆ เช่น ผู้ที่รับรู้ข่าวสารในเรื่องการวางแผนครอบครัวก็อาจกล่าวได้ว่า มีความรู้ ความรู้ในที่นี้ต่างจากความเชื่อ เพราะความเชื่อเป็นความคิดที่คุ้นเคยจากระบบประเพณีที่ฝังตัวอยู่ในสังคมจึงอาจเป็นมุมมองที่ทำให้ผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปได้ เมื่อเทียบกับโลกวิทยาศาสตร์ ส่วนทัศนคติในการสำรวจ KAP หมายถึง ความรู้สึกทั่วไปของบุคคลที่เกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เชื่อมโยงกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเลยไปถึงอารมณ์/ความพึงพอใจ และค่านิยม ส่วนใหญ่ทัศนคติมักวัดในรูปของระดับความเห็นด้วยต่อการรับรู้หรือความรู้หรือไม่ สำหรับพฤติกรรมในการสำรวจ KAP หมายถึง การกระทำใดๆ อันเนื่องมาจากการมีทัศนคติที่มาจาก การรับรู้ในเรื่องนั้นซึ่งวัดด้วยความถี่/ความบ่อย เช่น รู้ข่าวสารอย่างดีในเรื่องการวางแผนครอบครัวจึงทำให้มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการวางแผนครอบครัว และทำให้มีพฤติกรรมในการคุมกำเนิดตามมา เป็นต้น

แนวคิดทฤษฎีนี้ เป็นแนวคิดทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และ การยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้น ในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสาร หรือ สื่อมวลชน ว่า เป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2533, หน้า 118) จะเห็นได้ว่าการสื่อสารของประชาชนในชุมชนมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในหมู่บ้านได้รับทราบว่าขณะนี้ในหมู่บ้านมีปัญหาอะไร และเมื่อคนในชุมชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งจะมีลักษณะความสัมพันธ์ที่เป็นลูกโซ่และเป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ได้วางแผนและตั้งเป้าหมายไว้ โดยอาศัยการสื่อสารเป็น

เครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนในชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย

4.1 แนวความคิดด้านความรู้ (knowledge)

ความรู้ในที่นี้มาจากคำว่า Knowledge หรือคำวิชาการ Cognitive ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ได้กำหนดไว้ว่า “ความรู้” คือสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียนการค้นคว้าหรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา

คำว่า ความรู้ มีลักษณะเป็นเพียงแนวคิด (Concept) ของพฤติกรรมหรืออาการเท่านั้น ไม่ได้มีส่วนประกอบของเนื้อหา (Content) รวมด้วยเลย เพราะจะถามว่า ท่านมีความรู้หรือไม่เฉย ๆ ไม่ได้ ต้องมีเนื้อหาที่ต้องการถามรวมอยู่ด้วย จึงจะตอบได้ เช่น ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในเมืองไทยหรือไม่หรือท่านมีความรู้เรื่องพรรคการเมืองหรือไม่ คำว่า เมืองไทยและพรรคการเมือง เป็นเนื้อหาที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้ตอบสนองพฤติกรรมหรืออาการของความรู้ออกมา แล้ววัดพฤติกรรมหรืออาการของความรู้ในเนื้อหานั้น

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมาก จะได้รับประสบการณ์โดยการเรียนรู้ จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัด ระบบเป็น โครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับ สภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้ จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรมเพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับ การแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อถือ หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973: 325 อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม, 2539, หน้า 42) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่อง เกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริง หรือข้อมูลต่างๆ ที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

แพทริก เมเรดิธ (Patrick Meredith, 1961, p. 10) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมีการประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้หมายถึง ความสามารถจดจำได้ ในบางสิ่งบางอย่าง ที่เราเข้าใจมาแล้วการเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับ ความรู้ลึกลับนึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร(การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสาร ก็มีโอกาที่จะมีความรู้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้ที่เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้รวบรวมสาระสำคัญ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชน เกิดความรู้ ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทัศนคติความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ

ระดับความรู้ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ระดับ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2534, หน้า 29)

ดังนี้

1. ความรู้ระดับต่ำ ได้แก่ ความรู้อันเกิดจากการเดา หรือภาพลวงตาทางประสาท

สัมผัส

2. ความรู้ระดับธรรมดา ได้แก่ ความรู้ทางประสาทสัมผัส หรือความเชื่อที่สูงกว่าแต่ยังไม่แน่นอน เป็นเพียงขั้นอาจเป็นไปได้

3. ระดับสมมติฐาน ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากความคิด หรือความเข้าใจซึ่งไม่ได้เกิดจากประสาทสัมผัส เช่น ความรู้ทางคณิตศาสตร์ ความรู้ขั้นนี้ถือว่าเป็นขั้นสมมติฐาน เพราะเกิดจากคำนิยามและสมมติฐานที่ไม่ได้พิสูจน์

4. ระดับเหตุผล ได้แก่ ความรู้จากตรรกวิทยาเป็นความรู้ที่ทำให้มองเห็นรูปหรือมโนภาพว่าเป็นเอกภาพ

เครื่องมือในการวัดความรู้ เนื่องจากความรู้ คือความสามารถทางพุทธิปัญญา ซึ่งแบ่งได้หลายระดับดังกล่าว ดังนั้นการวัดความรู้จึงควรวัดความสามารถในทุกระดับ เครื่องมือในการวัดความรู้จะต้องอาศัยแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ (Achievement Test) ที่จะเป็นการวัดความสามารถทางปัญญาและทักษะต่างๆ ตลอดจนสมรรถภาพด้านต่างๆ ที่ได้รับจากการเรียนรู้ในอดีต ยกเว้นการวัดทางร่างกายการวัดความรู้ทางเครื่องมือแตกต่างกันตามความสามารถทางสติปัญญา ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมด้านความรู้ความจำ (Knowledge) ความรู้ ความจำ หมายถึงพฤติกรรมที่เป็นหลักเบื้องต้นของพฤติกรรมด้านอื่นๆ ซึ่งนอกจากความจำแล้วยังมีการระลึกได้ (Recall) อีกด้วย แต่ไม่จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจไปตีความหมายเรื่องนั้น ๆ

2 พฤติกรรมด้านเข้าใจ (Comperehension) ความเข้าใจ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถจับใจความสำคัญในเรื่องราวต่างๆ ได้ ทั้งเป็นรูปธรรมและนามธรรม

3. พฤติกรรมด้านการนำไปใช้ (Application) การนำไปใช้ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือนำไปแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้

4. พฤติกรรมด้านการวิเคราะห์ (Analysis) การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อยหรือเป็นการหาความสำคัญ ความสัมพันธ์ และหลักการหรือทฤษฎีที่มีมูลเหตุของเรื่องราวต่างๆ ได้

5. พฤติกรรมด้านการสังเคราะห์ (Synthesis) การสังเคราะห์ หมายถึงความสามารถในการนำเอาเรื่องราว หรือส่วนประกอบย่อยๆ มาผูกสัมพันธ์กันเป็นเรื่องราวเดียวกัน โดยมีกรดัดแปลง ริเริ่มสร้างสรรค์ทำการปรับปรุงให้ดีขึ้น

6. พฤติกรรมด้านการประเมินค่า (Evaluation) การประเมินค่า หมายถึง การวินิจฉัยหรือการตีราคาอย่างมีหลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจว่าสิ่งใดดีหรือไม่ดีอย่างไร โดยใช้หลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

ดังนั้น จากความหมายของความรู้ข้างต้น สรุปได้ว่าความรู้จึงเป็นสิ่งที่ได้มาจากการค้นคว้าหรือประสบการณ์ซึ่งเป็นไปตามหลักวิทยาศาสตร์คือ สามารถตรวจสอบหรือพิสูจน์ได้ เป็นความสามารถทางด้านสติปัญญาของบุคคลที่แสดงออกโดยการจำการระลึกได้เกี่ยวกับ

ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีต่างๆ ซึ่งความรู้มีความสำคัญต่อการเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นภายหลังการรับรู้ โดยแบ่งระดับความรู้ออกเป็น 6 ระดับจากง่ายสู่สิ่งที่ซับซ้อน และจากรูปธรรมสู่นามธรรม ได้แก่ ความรู้ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า โดยมีเครื่องมือที่ใช้วัดความรู้แต่ละชนิดเหมาะสมกับการวัดความรู้ตามคุณลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น แบบทดสอบความเรียงแบบทดสอบแบบตอบสั้น และแบบทดสอบแบบเลือกตอบ เป็นต้น

4.2 แนวความคิดด้านทัศนคติ (Attitude)

Gordon (1975 อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ ซึ่งสภาวะความพร้อมนี้ จะเป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2539, หน้า 240) ได้ให้ความหมายของเจตคติว่ามีลักษณะเช่นเดียวกับคำว่า ความคิดสร้างสรรค์ ความวิตกกังวล หรือความรัก ต่างก็เป็นภาวะสันนิษฐาน (Constructs) ที่ไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรง แต่เราสามารถอนุมาน (Infer) เจตคติได้จากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออกได้ว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีเจตคติอย่างไร

พนิตกา ศรีคัตนพรหม (2549) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ผลรวมของสภาวะทางจิตใจเกี่ยวกับความรู้สึก ความเห็นของบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์เพื่อตอบสนองสิ่งเร้า การที่จะทราบทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะต้องใช้วิธีแปลความหมายของความคิดหรือการแสดงออกของบุคคลนั้นๆ

ดังนั้น จากความหมายของทัศนคติข้างต้น สรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกของแต่ละบุคคล ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ ทั้งที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาและการกระทำต่อสิ่งต่างๆ ทั้งในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน

ลักษณะของทัศนคติ เนื่องจากว่านักจิตวิทยาได้ศึกษาในความหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรกล่าวถึงลักษณะรวมๆ ของทัศนคติที่ทำให้เกิดความเข้าใจทัศนคติให้ดีขึ้น (ศักดิ์ไทย, 2545, หน้า 138) ซึ่งลักษณะของทัศนคติ สรุปได้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้
2. ทัศนคติมีลักษณะที่คงทนถาวรอยู่นานพอสมควร
3. ทัศนคติมีลักษณะของการประเมินค่าอยู่ในตัว คือ บอกลักษณะดี ไม่ดี ชอบไม่ชอบ เป็นต้น
4. ทัศนคติทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่หมายของทัศนคติ

5. ทักษะบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของและบุคคลกับสถานการณ์ นั่นคือ ทักษะที่ย่อมมีที่หมายนั่นเอง

4.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

Katz (อ้างถึงใน Loudon และ Della Bitta, 1993, p. 425) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของทัศนคติที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) ทัศนคติช่วยให้เราปรับตัวเข้าหาสิ่งที่ทำให้ได้รับความพึงพอใจหรือได้รางวัลขณะเดียวกันก็หลีกเลี่ยงต่อสิ่งที่ไม่ปรารถนา ไม่พอใจ หรือให้โทษ นั่นคือยึดแนวทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด และหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นโทษให้เกิดน้อยที่สุด ซึ่งช่วยในการปรับตัวของแต่ละบุคคลให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความพอใจ คือ เมื่อเราเคยมีประสบการณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก่อน และเราได้ประสบกับสิ่งนั้นอีก เราจะพัฒนาการตอบสนองของเราในทิศทางที่เราต้องการ

2. หน้าที่ในการป้องกันตน (Ego – defensive function) ทัศนคติช่วยปกป้องภาพลักษณ์แห่งตน (ego or self image) ต่อความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ และแสดงออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตนเอง ใช้ในการปกป้องตัวเองโดยการสร้างความนิยมนับถือตนเอง หลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจ หรือสร้างทัศนคติขึ้นมาเพื่อรักษาหน้า

3. หน้าที่ในการแสดงออกของค่านิยม (Value expressive function) ในขณะที่ทัศนคติที่ปกป้องตนเอง ได้สร้างขึ้นเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ของตนเอง หรือเพื่อปิดบังทัศนคติที่แท้จริงไม่ให้ปรากฏ แต่ทัศนคติที่ทำหน้าที่แสดงออกถึงค่านิยมจะพยายามแสดงลักษณะที่แท้จริงของตนเองทำหน้าที่ให้บุคคลแสดงค่านิยมของตนเอง เป็นการแสดงออกทางทัศนคติที่จะสร้างความพอใจให้กับบุคคลที่แสดงทัศนคตินั้นออกมา เพราะเป็นการแสดงค่านิยมพื้นฐานที่แต่ละบุคคลพอใจ

4. หน้าที่ในการแสดงออกถึงความรู้ (Knowledge function) มนุษย์ต้องการเกี่ยวข้องกับวัตถุต่างๆ รอบข้าง ดังนั้น จึงต้องแสวงหาความมั่นคง ความหมาย ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้นทัศนคติจะเป็นสิ่งที่ใช้ประเมิน และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และเป็นมาตรฐานเพื่อเปรียบเทียบ หรือเป็นขอบเขตแนวทางสำหรับอ้างอิงเพื่อหาทางเข้าใจ ให้สามารถเข้าใจโลกและสิ่งแวดล้อมได้ง่ายๆ ขึ้น เพราะคนเราได้รับรู้แล้วครั้งหนึ่งก็จะเก็บประสบการณ์เหล่านั้นๆ ไว้เป็นส่วนๆ เมื่อเจอสิ่งใหม่จะนำประสบการณ์ที่มีอยู่เดิมมาเป็นกรอบอ้างอิงว่าสิ่งใดควรรับรู้ สิ่งใดควรหลีกเลี่ยง ซึ่งทัศนคติช่วยให้คนเราเข้าใจสิ่งแวดล้อมต่างๆ รอบตัวเรา โดยเราสามารถตีความ หรือประเมินค่าสิ่งที่อยู่รอบตัวเราได้

4.4 ประเภทของทัศนคติการแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดี หรือยอมรับ ความพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณาก่อนเป็นการให้บุคคลได้มีอิสระทางความคิด

2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย เช่น นิคไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์ เพราะเห็นว่าทารุณสัตว์

3. การไม่แสดงออกทางทัศนคติ หรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative Attitude) คือ มีทัศนคติเป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือในเรื่องนั้นๆ เราไม่มีแนวโน้มทัศนคติอยู่เดิมหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน เช่น เรามีทัศนคติที่เป็นกลางต่อผู้ไม่ใครเวฟ เพราะเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับโทษหรือคุณของผู้ไม่ใครเวฟมาก่อนจะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของทัศนคติที่สะสมไว้เป็นความคิดและความรู้สึก จนสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา ตามทัศนคติต่อสิ่งนั้น

4.5 การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude)

การเกิดทัศนคติแต่ละประเภทนั้น จะก่อตัวขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไปได้เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน ซึ่งในความเป็นจริง ปัจจัยต่างๆ ของการก่อตัวของทัศนคติ ไม่ได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใดทั้งนี้เพราะแต่ละปัจจัย ปัจจัยใดมีความสำคัญมากกว่าขึ้นอยู่กับ การอ้างอิงเพื่อก่อตัวเป็นทัศนคตินั้นบุคคลดังกล่าวได้เกี่ยวข้องกับสิ่งของ หรือแนวความคิดที่มีลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร ซึ่ง Newsom และ Carrell ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติ และอธิบายว่า การเกิดทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่

1. พื้นฐานของแต่ละบุคคลหรือเบื้องหลังทางประวัติศาสตร์ (Historical Setting) หมายถึง ลักษณะทางด้านชีวประวัติของแต่ละคน ได้แก่ สถานที่เกิด สถานที่เจริญเติบโตสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ผ่านมาจะเป็นตัวหล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคลและเป็นปัจจัยนำไปสู่การเกิดทัศนคติของคนนั้น ๆ

2. สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social environment) ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อกัน และกัน เช่น การเปิดรับข่าวสาร กลุ่ม และบรรทัดฐานของกลุ่ม สภาพการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับบุคคล และประสบการณ์

3. กระบวนการสร้างบุคลิกภาพ (Personality Process) และสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อน (Predispositions) เป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมพฤติกรรม (Behavior)

4.6 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

Herbert C. Kelman (อ้างใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531 : 50-54) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้ Herbert ได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ออกเป็น 3 ประการ คือ

1) การยินยอม (Compliance) จะเกิดได้เมื่อการยอมกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมกระทำตามมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

2) การเลียนแบบ (Identification) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความน่าโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

3) ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความคิดความรู้สึก และพฤติกรรมถูกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทน แต่ก็จะสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้ อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

4.7 หน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติ

จิระวัฒน์ วงสวัสดิวัฒน์ (2529 : 9) ได้กล่าวถึงหน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติว่ามี 3 ประการ คือ

1. หน้าที่ให้ความเข้าใจ (Understanding of Knowledge Function) ทัศนคติหลายอย่างช่วยให้เข้าใจโลกและสภาพแวดล้อม ได้เรียนรู้ และเข้าใจการกระทำของบุคคลในสังคม สามารถอธิบาย และคาดคะเนการกระทำของตนเองและบุคคลอื่น

2. หน้าที่ป้องกันตนเอง (Ego-defense of Protect Their Self-esteem) บ่อยครั้งที่บุคคลจำเป็นต้องหาทางออกให้กับตนเอง เพื่อความสบายใจ เป็นต้นว่าคนที่ชอบพูดว่าคนอื่นตรงๆ ก็จะหาทางออกไปป้องกันตนเองดีกว่า การที่ตนทำเช่นนั้นก็เพราะมีความจริงใจกับเพื่อน

3. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustive Function of Need Satisfaction) ทัศนคติจะช่วยบุคคลในด้านการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสังคม โดยปกติบุคคลมักจะคำนึงถึง

ผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ และจะพัฒนาทัศนคติแนวทางที่คาดว่าจะสนองความต้องการของตนได้

4.8 แนวคิดด้านพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้น ผู้กระทำ จะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม และไม่ ว่าการกระทำนั้น จะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ดังนั้น การเดิน การยืน การคิด การตัดสินใจ การปฏิบัติหน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น (ธีระ รามสูตร, 2535)

ประเภทของพฤติกรรมขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ที่ใช้จัด ในที่นี้จะใช้หลักการสังเกต หลักการรู้ตัวและหลักการยอมรับทางสังคมเป็นหลักเกณฑ์ในการจัด

1. ใช้หลักการสังเกต เป็นหลักเกณฑ์ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ
 - พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้
 - พฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตไม่ได้
2. ใช้หลักรู้ตัว แบ่งประเภทพฤติกรรมออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้
 - พฤติกรรมที่ผู้กระทำรู้ตัว และตั้งใจจะกระทำพฤติกรรมนั้น
 - พฤติกรรมที่ผู้กระทำไม่รู้ตัว
3. ใช้หลักการยอมรับทางสังคม แบ่งประเภทพฤติกรรมออกเป็น 2 ลักษณะ คือ
 - พฤติกรรมที่พึงประสงค์
 - พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

ดังนั้น ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม จึงความสัมพันธ์ มีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ความรู้มีผลต่อทัศนคติ ทัศนคติมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกัน การแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของบุคคลด้วย

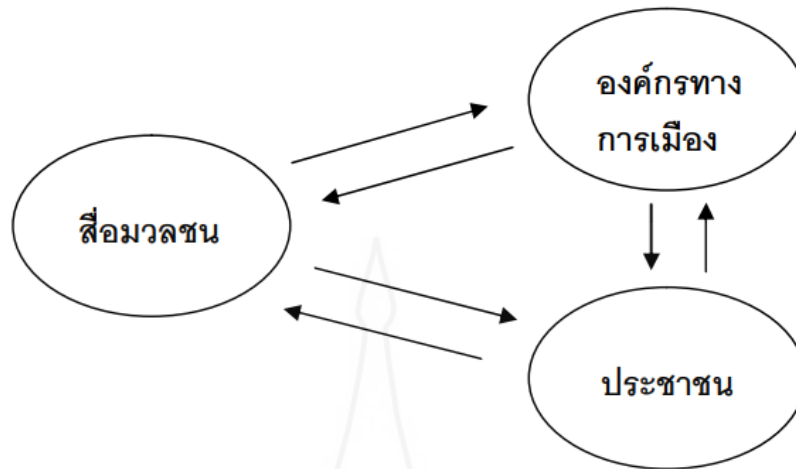
5. แนวคิดเรื่องการสื่อสารทางการเมือง

Agree and Others(New York: Harper & Row, 1976, p.160.) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับ การ แลก เปลี่ยน ขอบข่ายที่จริง ทัศนคติและความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองของแต่ละบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง

Scaff (1975, p. 96.) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองมีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของระบบการเมือง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผน หรือ กระบวนการแพร่ข่าวสารระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่างๆ ในระบบการเมือง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล โดยเน้นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้และขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาล ซึ่งจะช่วยให้การตัดสินใจของรัฐบาลนั้นสอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

5.1 การสื่อสารทางการเมืองของไทย

การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกลไกที่สำคัญในทางการเมืองมาตั้งแต่อดีตที่ผ่านมามีการสื่อสารการเมืองมักตกเป็นเครื่องมือของผู้ปกครอง หรือชนชั้นนำทางการเมือง (Political Elite) ในการถ่ายทอดและขยายแนวคิดตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากบรรดาผู้ปกครองไปสู่ประชาชนที่อยู่ในฐานะผู้ถูกปกครอง เพื่อเป็นการชวนเชื่อโน้มน้าว ชักจูงให้เกิดความศรัทธาและจงรักภักดีต่อผู้มีอำนาจการปกครองกล่าวอีกนัยหนึ่ง การสื่อสารทางการเมืองในอดีตจะเป็นการสื่อสารทางการเมืองแบบทางเดียว (One-way Communication) เป็นการสื่อสารจากผู้ปกครองลงมาสู่ประชาชนผู้ใต้ปกครองเท่านั้น เนื่องจากที่ผ่านมารัฐบาล หรือผู้ปกครองจะเป็นผู้กุมอำนาจในการสื่อสารและควบคุมช่องทางการสื่อสารเห็นได้จากกรณีที่แต่เดิมสื่อมวลชนทั้งวิทยุ, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ต่างอยู่ในมือของรัฐแทบทั้งสิ้นกล่าวคือรัฐไทยตั้งแต่สมัยสมบูรณาญาสิทธิราชเป็นต้นมาจนถึงการเมืองสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ มีลักษณะที่ผูกขาดอำนาจการตัดสินใจทางการเมืองในคนกลุ่มเล็กๆ เพียงกลุ่มเดียว อีกทั้งยังควบคุมสื่อใดจึงสามารถสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาความเป็นผู้นำไว้ได้ กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเช่นนี้เป็นการสื่อสารทางการเมืองที่สำคัญที่ทำให้รัฐสามารถระดมประชาชนให้อยู่ฝ่ายรัฐบาล โดยกระทำผ่านสื่อของรัฐที่รัฐสามารถควบคุมและเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว ที่สำคัญคือแกววิทยุและโทรทัศน์ อีกทั้งความเป็นมาของการกระจายเสียงทางวิทยุของรัฐที่เกิดขึ้นแล้วแต่เป็นเครื่องมือของรัฐในการโฆษณาทั้งสิ้น จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้นำกิจการทุกอย่างที่รัฐบาลจะดำเนินใดเป็นผลสำเร็จดีนั้น ต่อมาอาศัยการโฆษณาเป็นสิ่งที่สำคัญ การโฆษณาสื่อของรัฐก็เช่นไปเพื่อแสดงให้เห็นประชาชนรับรู้และตระหนักถึงการทำงานของรัฐบาลและหลีกเลี่ยงข่าวที่จะทำให้หน่วยงาน



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง (ประยุกต์จากแบบจำลองของ Brian McNair)
ที่มา: ดร.นันทนา นันทวโรภาส, การสื่อสารทางการเมือง: ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย : 2548

5.2 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองนี้แบ่งผู้เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มองค์กรทางการเมือง เช่น พรรคการเมือง รัฐบาล องค์กรสาธารณะ เมืองพัทยา กลุ่มพลังทางการเมือง กลุ่มการเมือง ฯลฯ ซึ่งในแบบจำลองนี้จะเน้นไปที่ การสื่อสารของพรรคการเมือง โดยมีฐานคิดที่ว่า พรรคการเมือง คือ กลุ่มคนที่รวมกัน โดยมีอุดมการณ์เหมือนกันตกลงที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายเดียวกัน โดยนำเสนอ แนวนโยบายสู่ประชาชนและหาวิธีการที่จะสร้างเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน เพื่อเปิดหนทางที่จะนำไปสู่การนำนโยบายไปปฏิบัติภายหลังได้รับการเลือกตั้ง

2. กลุ่มสื่อมวลชน ทำหน้าที่ 2 ประการ คือ เป็นตัวส่งผ่านข้อมูลจากพรรคการเมืองและสื่งข่าวสารที่สร้างขึ้นมาเอง เช่น บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์ ข่าวดูวิจรณ์ต่างๆ ไปยังกลุ่มที่สามคือ ประชาชน

3. กลุ่มประชาชน ไม่ว่าลักษณะและจำนวนของกลุ่มผู้รับสารจะเป็นอย่างไร การสื่อสารทางการเมืองทุกประเภทมุ่งที่จะบรรลุผลสำเร็จจากการสื่อสารนั้นๆ ไม่ว่าจะเปิดการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกเมืองพัทยา สมาชิกสภาเมืองพัทยา

จนถึงประธานชุมชนนักการเมืองเหล่านี้นี้พยายามที่จะสร้างภาพเชิงบวกให้เกิดขึ้นในใจ และส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

นอกจากนี้ การสื่อสารทางการเมืองมีสวนสำคัญต่อการพัฒนาระบบการเมือง โดยเฉพาะสื่อมวลชนมีส่วนในการพัฒนากระบวนการประชาธิปไตยให้สมบูรณ์ กล่าวคือองค์การสื่อ (Media Organizations) ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ถ่ายทอดสารทางการเมืองที่มีจุดกำเนิดมาจากภายนอกองค์กรและผู้ส่งสารทางการเมืองที่มีจุดกำเนิดมาจากภายในองค์กร หรืออีกนัยหนึ่งเป็นผู้อุปถัมภ์ทางการเมือง ที่มีสื่อมวลชนในองค์กรสื่อเป็นสื่อส่งผ่านบทบาทของสื่อมวลชนในสองด้านที่กล่าวมานี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในประการแรกและเห็นชัดที่สุดคือ ผู้ปฏิบัติภารกิจทางการเมืองต้องเข้าใจสื่อเพื่อถ่ายทอดสารของตนให้แก่ประชาชนที่เปี่ยมไปด้วยความหมาย โครงการทางการเมือง แนวนโยบายการรณรงค์ของมูลนิธิพล การจูงใจให้ลงคะแนนเสียงแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งของพรรค ดังนั้นผู้ส่งสารทางการเมืองทั้งหลายจึงต้องพยายามหาทางเข้าถึงสื่อมวลชนให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในฐานะสวนหนึ่งของระบบการเมืองมีหน้าที่ในการอบรมเรียนรู้ทางการเมือง ปลูกฝังวัฒนธรรมทางการเมือง หลอหล่อมให้คนในสังคมมีทัศนคติความเชื่อ ค่านิยมและความคิดเห็นที่เปี่ยมประโยชน์ต่อการดำรงอยู่ของระบบการเมือง รวมทั้งมีหน้าที่ในการคัดเลือกบุคคลเขามาดำเนินกิจกรรมทางการเมืองทั้งในระดับชาติ ใดก็ตาม นายกรัฐมนตรีรัฐมนตรีสมาชิกสภาจนถึงระดับท้องถิ่น เพื่อให้กระบวนการทางการเมืองดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง หน้าที่ตามกลไกมาตตรองใจ การคิดสื่อสื่อสารระหว่งสถาบันทางการเมืองกับองค์กรประกอบอื่นๆ ในระบบการเมืองซึ่งถือเป็นการสื่อสารทางการเมืองตามที่ใดก็ตาม การพิจารณาถึงการสื่อสารขององค์กรทางการเมืองจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาจากแนวคิดที่หลากหลายมุมมอง แนวคิดที่สนใจและสามารถนำมาพิจารณาถึงลักษณะของการสื่อสารขององค์กรทางการเมืองได้แก่

1. การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อบุคคล เป้าแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารในระดับบุคคลกับบุคคล ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการดำเนินงานทางการเมือง เช่น การแถลงนโยบายของรัฐบาล การปราศรัยหาเสียงของพรรคการเมือง การถ่ายทอดนิยามทางการเมืองเพื่อการอบรมเรียนรู้ทางการเมืองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งการสื่อสารระดับบุคคลทางการเมืองจะให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

2. การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน เป้าหมายการสื่อสารระหว่งองค์กรทางการเมืองไปยังประชาชน โดยสื่อมวลชน มีการดำเนินงานทางการเมืองในหลายลักษณะ การรณรงค์หาเสียงของพรรคการเมือง การส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยของหน่วยงานของรัฐ มีแนวคิดที่สำคัญ คือ การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองและการโฆษณาทางการเมือง

3. การสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ทางการเมือง เป้าหมายการสื่อสารที่เน้นภาพลักษณ์ขององค์กรและบุคคลทางการเมือง เพื่อนำไปสู่ความนิยมศรัทธาของประชาชนต่อองค์กรทางการเมืองซึ่งจะช่วยให้องค์กรทางการเมืองดำเนินภารกิจของตนเองได้อย่างราบรื่นและได้รับการสนับสนุนจากประชาชน มีแนวคิดที่สำคัญ คือ กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์

4. การสื่อสารทางการเมืองเชิงการตลาด เป้าหมายแนวคิดที่เกิดขึ้นจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง เป้าหมายกลยุทธ์การสื่อสารของพรรคการเมืองที่นำหลักการมาประยุกต์ใช้สร้างคามนิยมในตัวผู้สมัครและพรรคการเมืองและประสบผลสำเร็จในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

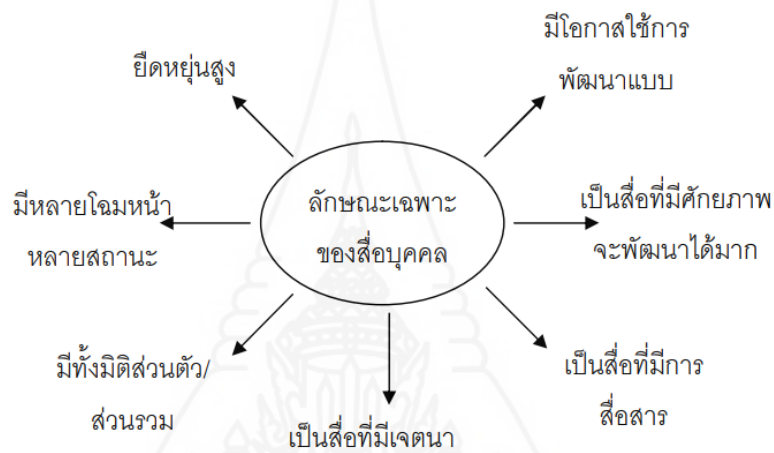
สื่อบุคคล (Personal Media) เป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมตัวต่อตัวหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชนในการโน้มน้าวใจ ผู้รับสารที่มีความนิ่งเฉย หรือ มีปฏิกิริยาต่อต้านสื่อสาร สื่อที่เป้าหมายหรือบุคคลสามารถทำให้ปฏิบัติการกิจต่างๆ ได้ สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ซึ่งกันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป้าหมายสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นการพูด กริยาทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ตัวอย่างวิธีการสนทนาอภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม เป็นต้น คำพูด (Spoken Word)

เป้าหมายเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันคืออยู่แถวและทุกคนต้องฟังคำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นเป็นคำพูดของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัวการพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้ สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ ดังนั้นคำพูดจึงเป็น

เครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให มนุษย์ เกิดความร วมมือร วมใจกัน สื่อบุคคล หรือ การสื่อสาร วยคำพูดนั้นมี 2 แบบ คือ

1. แบบที่เป นทางการ (Formal Oral Communication) เซ นการอภิปราย การสาธิตการบรรยาย การประชุม การประกาศข าว การใ สัมภาษณ์ การสัมมนา เป นต น

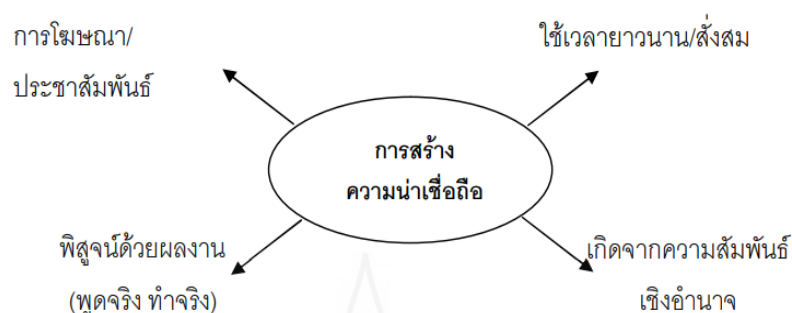
2. แบบที่ไม่ เป นทางการ (Informal Oral Communication) คือ การพูดจาสนทนาปราศรัยต างๆ ในการพูดที่ไม่ เป นทางการนั้น ผู้ พูดจะต องพูดใ ผู้ ฟ งสนใจ เซ ำใจ ประทับใจและเกิดศรัทธา



ภาพที่ 2.3 ลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล

ที่มา : ศิริฐนันท์ ไทยานันท์ , กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยาฯ: 2556

สื่อบุคคล จัดได วม เป นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสาร ที่จะทำหน ที่ ายทอดเรื่องราวต างๆ ขององค กรสุ เป ำหมาย โดยเฉพาะอย างยิ่งวิธีการสร างค ว า ม น ำ เช ื่อ ถ ื่อ เซ นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การใ สัมภาษณ์ การประชุม การพบปะพูดคุย การสนทนา การสอนการอภิปราย การปาฐกถา ในโอกาสต างๆ รวมถึงการพิสูจน ด วยผลงาน ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.4 วิธีการสร้าง ความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคล

ที่มา : ศิริฐนันท์, ไทยานันท์, กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยาฯ : 2556

6. ข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

ประวัติความเป็นมา องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ได้ยกฐานะจากสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2539 ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ มีพื้นที่ทั้งหมด 185,625 ไร่ มีจำนวนประชากรทั้งหมด 7,335 คน โดยแบ่งเป็น ชาย จำนวน 3,706 คน และ หญิง จำนวน 3,629 คน จำนวนครัวเรือนทั้งหมด 2,739 ครัวเรือน

องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ด้านทิศเหนือมีอาณาเขตติดต่อกับตำบลป่าเต็งอำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ด้านทิศใต้มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลบึงนคร อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบฯ ด้านทิศตะวันออกมีอาณาเขตติดต่อกับตำบลหนองพลับ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบฯ และด้านทิศตะวันตกมีอาณาเขตติดต่อกับสหภาพพม่า



ภาพที่ 2.5 แสดงพื้นที่การปกครองทั้ง 11 หมู่บ้านขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่
ที่มา : www.huaisatyai.go.th/home

เขตพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ แบ่งออกเป็น 11 หมู่บ้าน ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เขตพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนประชากรรวม (คน)
1	บ้านเฉลิมเกียรติพัฒนา	816
2	บ้านฟ้าประทาน	938
3	บ้านป่าละอู	1,656
4	บ้านห้วยผึ้ง	296
5	บ้านเฉลิมพร	537
6	บ้าน โคนมพัฒนา	623

7	บ้านคลองน้อย	608
8	บ้านเฉลิมราชพัฒนา	490
9	บ้านโป่งสำโหร่ง	443
10	บ้านหนองสะแก	624
11	บ้านปากคลอง	302
		7,335

อาชีพของประชากรในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

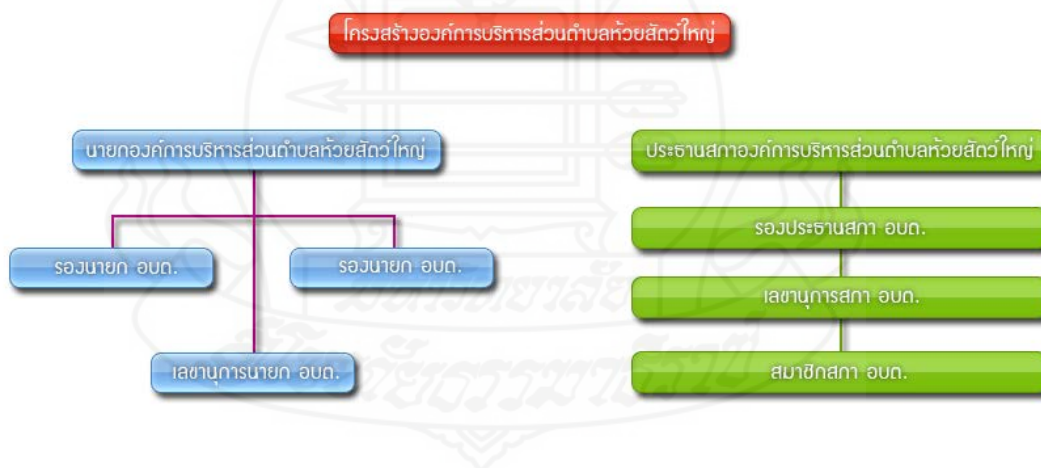
➤ เกษตรกรรม ทำพื้นไร้สั้ปะรด ทำสวนยางพารา สวนทุเรียน สวนมะนาว เลี้ยงโคนม โคเนื้อ แพะ และเลี้ยงปลา

➤ รับราชการ ครู พนักงาน อบต.

➤ รับจ้าง บริษัท โคลไทยแลนด์, ก่อสร้าง, รับจ้างทำไร่

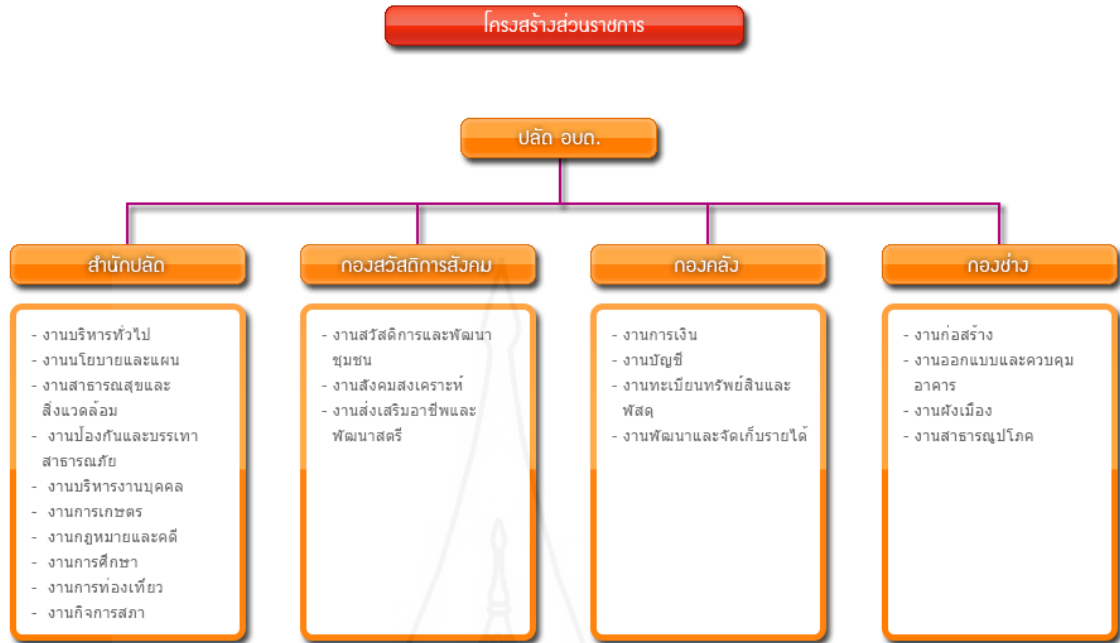
➤ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย

➤ ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น รัฐวิสาหกิจ, รับส่งนม, ลูกจ้างป่าไม้ฯลฯ



ภาพที่ 2.6 แสดงผังโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

ที่มา : www.huaisatyai.go.th/home



ภาพที่ 2.7 แสดงผังโครงสร้างส่วนราชการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่
ที่มา : www.huaisatyai.go.th/home

วิสัยทัศน์ องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

- เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- เป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรปลอดสารพิษเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีในอนาคต
- เป็นเมืองที่ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีการศึกษา

ที่ได้มาตรฐาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวพระราชดำริ

อำนาจหน้าที่ของ อบต.ห้วยสัตว์ใหญ่

อบต. ห้วยสัตว์ใหญ่ มีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2562)

1. พัฒนาดำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (มาตรา ๖๖)

มีหน้าที่ต้องทำตามมาตรา 67 ดังนี้

1. จัดให้ มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก
 2. รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดมูล ฝอย และสิ่งปฏิกูล

3. ป องกันโรคและระงับโรคติดต่อ อ
 4. ป องกันและบรรเทาสาธารณภัย
 5. จัดการ ส งเสริม และสนับสนุนการจัดการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม และการฝ ก
 อบรมให้ แก ประชาชนรวมทั้งการจัดการหรือสนับสนุนการดูแลและพัฒนาเด็กเล็กตาม
 แ น ว ท า ง
 ที่เสนอแนะจากกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา

6. ส งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้ สูงอายุ และผู้ พิการ
 7. คุ มครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อม
 8. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิป ญญาท องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท
 องถิ่น

9. ปฏิบัติหน าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมายโดยจัดสรรงบประมาณหรือ
 บุคลากรให้ ตามความจำเป็นและสมควร

มีหน าที่ต้องทำกิจกรรมในเขต อบต. ตามมาตรา 68 ดังนี้

1. ใ มีน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภคและการเกษตร
 2. ใ มีและบำรุงไฟฟ าหรือแสงสว างโดยวิธีอื่น
 3. ใ มีและบำรุงรักษาทางระบายน้ำ
 4. ใ มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อน อนหย อนใจและ
 สวนสาธารณะ

5. ใ มีและส งเสริมกลุ่ม มเกษตรกร และกิจการสหกรณ์
 6. ส งเสริมใ มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
 7. บำรุงและส งเสริมการประกอบอาชีพ
 8. การคุ มครองดูแลและรักษาทรัพย์ สินอันเป นสาธารณสมบัติของแพ

นดิน

9. หาผลประโยชน์ จากทรัพย์ สินของ อบต.
 10. ใ มีตลาด ท าเทียบเรือ และท าข าม

นอกจากนี้ยัง การบริหาร วนตำบลอาจทำกิจการนอกเขตองค์ การบริหาร วนตำบลหรือ วมกับสภาตำบล องค์ การบริหาร วนตำบล องค์ การบริหาร วนจังหวัด หรือ วยการบริหารราชการ วนท องถิ่นอื่น เพื่อกระทำการ วมกันได้ ทั้งนี้ เมื่อใด รับความยินยอมจากสภาตำบล องค์ การบริหาร วนตำบล องค์ การบริหาร วนจังหวัด หรือ วยการบริหารราชการ วนท องถิ่นที่เกี่ยวข้อง อง และกิจการนั้นเป นกิจการที่จำเป็นต้องทำและเป นการเกี่ยวเนื่องกับกิจการที่อยู่ ในอำนาจ าทักของตน

หมายเหตุ : มาตรา 67, 68 หมายถึง พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์ การบริหาร วนตำบล พ.ศ.2537 (และแก ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 5) พ.ศ.2546)

มาตรา 16 หมายถึง พ.ร.บ.กำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจให้ แก องค์ กรปกครอง วนท องถิ่น พ.ศ. 2542

ภารกิจหลักและภารกิจรองที่องค์ การบริหาร วนตำบลน่าจะดำเนินการ

ภารกิจหลัก

1. ด านการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน
2. ด านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต
3. ด านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย อย
4. ด านการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. ด านการพัฒนาการเมืองและการบริหาร
6. ด านการส่งเสริมการศึกษา
7. ด านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

ภารกิจรอง

1. การฟ ฟูวัฒนธรรมและส ่งเสริมประเพณี
2. การสนับสนุนและส ่งเสริมศักยภาพกลุ่ม มอาชีพ
3. การส ่งเสริมการเกษตรและการประกอบอาชีพทางการเกษตร
4. ด านการวางแผน การส ่งเสริมการลงทุน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ (2562: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร:ศึกษากรณีการเลือกตั้งปีพ.ศ.2556พบว่าบริบทการเมืองทั้งในระดับชาติ และระดับจังหวัดที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร จะขึ้นอยู่กับระบบอุปถัมภ์ จากพรรคการเมือง นักการเมืองระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ตลอดจนการหนุนช่วยของเครือข่าย เพื่อนพ้อง และองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการสร้างกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครที่นำแนวคิดการสื่อสารทางการเมือง การตลาดทางการเมืองการจำแนกส่วนทางการตลาด การวางตำแหน่งของผู้เลือกตั้ง มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเพื่อสร้างเป็นกลยุทธ์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

สิทธิพงษ์ เกตุประยูร (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา : ศึกษากรณีการเลือกตั้ง ปี พ.ศ. 2556 พบว่า การเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลาเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2556 ผู้สมัครทั้งสองฝ่ายได้นำแนวคิดการตลาดทางการเมืองมาปรับใช้กับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างครบถ้วนทุกขั้นตอนเต็มรูปแบบสามารถสร้างคะแนนนิยมให้กับทั้งสองฝ่ายแต่การใช้การตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของทั้งคู่ ไม่สามารถสร้างความได้เปรียบเสียเปรียบให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้อย่างชัดเจน ไม่สามารถเป็นตัววัดผลแพ้ชนะได้เนื่องจากต่างฝ่ายต่างใช้การตลาดทางการเมืองทั้งคู่ แตกต่างจากผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 3 และ 4 ที่ไม่ได้นำการตลาดทางการเมืองมาเป็นเครื่องมือในการรณรงค์ ทำให้ได้รับคะแนนเลือกตั้งเพียงเล็กน้อยเท่านั้นแต่เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอื่น พบว่าบริบททางการเมืองระดับชาติและปัจจัยด้านพรรคการเมืองส่งผลกระทบต่อการเลือกตั้ง กล่าวคือพรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคที่มีความผูกพันกับประชาชนในพื้นที่จังหวัดสงขลาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นเก่าที่เคยมีประสบการณ์กับพรรคประชาธิปัตย์และนายชวน หลีกภัย มีความนิยมศรัทธาในพรรคประชาธิปัตย์ พร้อมทั้งจะลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครจากพรรคประชาธิปัตย์ทุกสนามเลือกตั้งนายนิพนธ์ บุญญามณี จึงได้คะแนนจากกลุ่มคนเหล่านี้จำนวนมาก และอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบ คือ คดีการสังหาร นายพีระ ตันติเศรณี อดีตนายกเทศบาลนครสงขลา ส่งผลต่อคะแนนนิยมของนายอุทิศ ชูช่วย เป็นอย่างมากเนื่องจากคดีนี้ นายอุทิศ ชูช่วย ตกเป็นผู้ต้องหาจนกระทั่งถูกออกหมายจับกลายเป็นข่าวโด่งดังทั่วประเทศ เป็นที่จับตาของประชาชนในจังหวัดสงขลา ซึ่งส่วนใหญ่รับไม่ได้กับความรุนแรงทางการเมืองที่เกิดขึ้นคดีการสังหารดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อคะแนนนิยมของนายอุทิศ ชูช่วย และนายนิพนธ์ บุญญามณี ได้ใช้โอกาสนี้ในการสร้างคะแนนนิยมจากเหตุการณ์นี้ด้วยวิธีการต่างๆ ทำให้ประชาชนพร้อมใจที่จะลงคะแนนเสียงให้กับนายนิพนธ์ บุญญามณี นอกจากนี้การดำรงตำแหน่งประธานสโมสร

ฟุตบอลทีมสงขลาในเดี๋ยยังเป็นปัจจัยบวกต่อคะแนนนิยมเนื่องจากกลุ่มผู้สนับสนุนส่วนใหญ่พร้อมใจลงคะแนนให้กับผู้สมัครทั้งหมดนี้จึงเป็นปัจจัยให้นายนิพนธ์ บุญญามณี ชนะการเลือกตั้งครั้งนี้ ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลาแต่ละครั้งไม่มีปัจจัยแน่นอนที่ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้รับชัยชนะทุกครั้งไป เนื่องจากกระบวนการรณรงค์หาเสียงแต่ละครั้งมีปัจจัยที่หลากหลายที่ทำให้มีผลต่อการแพ้ชนะการเลือกตั้งแต่องค์ความรู้ทางการตลาดทางการเมืองสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการเลือกตั้งได้ทุกระดับ โดยนำไปปรับใช้ให้เข้ากับบริบททางการเมืองในพื้นที่นั้นๆ เพื่อให้มีคะแนนนิยมเหนือคู่แข่งและนำไปสู่ชัยชนะการเลือกตั้ง

วิระวรรณ จักกระหวัด (2557, หน้า 72-74) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวางอำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิม จังหวัด ชลบุรี จำนวน 358 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' test) ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี มีระดับปานกลาง เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร รองลงมา คือ ด้านนโยบาย ด้านผลประโยชน์หรือผลตอบแทน ด้านความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้สมัคร และด้านการรณรงค์หาเสียง ตามลำดับ ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลของประชาชน ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี จากการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การไปเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลครั้งที่ผ่านมาและแนวโน้มการไปเลือกตั้งครั้งต่อไปต่างกัน มีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวางแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ อายุ และระดับ การศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวางไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

นิรัตน์ เพชรรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2555 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ อยู่ในตำแหน่งสามารถชนะผู้ทำชิงในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี ปี พ.ศ. 2555 มีปัจจัยดังนี้ 1. การใช้การตลาดทางการเมืองที่ครบถ้วนทุกระบวนการในการเลือกตั้งอย่างสมบูรณ์แตกต่างกับผู้ทำชิงที่ไม่สามารถนำการตลาดทางการเมืองมาใช้ได้อย่างครบถ้วน

2. ผู้อยู่ในตำแหน่งใช้ระบบอุปถัมภ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเลือกตั้ง ประกอบกับการได้รับการสนับสนุนจากนักการเมืองทั้งระดับชาติและท้องถิ่นอย่างเข้มข้น ขณะที่ผู้ทำชิงมีระบบอุปถัมภ์เบาบางมาก เพราะไม่สามารถให้คูปองให้โทษกลุ่มต่างๆ ได้เท่ากับผู้อยู่ในตำแหน่ง 3. ประสบการณ์ของผู้อยู่ในตำแหน่ง 2 สมัยติดต่อกันและทีมงานที่มีประสบการณ์ทั้งด้านงานบริหารบริษัทและท้องถิ่นทำให้ได้รับการยอมรับจากประชาชนขณะที่ผู้ทำชิงซึ่งไม่มีประสบการณ์ด้านบริหารมาก่อนทำให้เสียเปรียบทางการเมือง และ 4. ปัจจัยด้านการเงินที่ใช้ในการหาเสียงที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อยู่ในตำแหน่งเท่าไรหรือนักแต่กลับส่งผลกระทบต่อผู้ทำชิงเป็นอย่างมากเนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจไม่ค่อยดี

กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, ทศนิ สิงห์เจริญ, วิรวัชย์ ปิ่นชุมพลแสง และ นิตยา มณีนาถ (2556) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้นำชุมชนเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้นำชุมชน เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผู้นำชุมชนติดตามข่าวสารทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทางด้านทัศนคติในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรประชาชนให้ความสำคัญกับการไม่ซื้อเสียงเป็นส่วนใหญ่ และด้านความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประชาชนส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ และด้านพฤติกรรมในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรผู้นำมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนไปเลือกตั้งทุกครั้ง

สุพรรณษา อ่ำสุข และทศนิย์ ทองจันดี (2555, หน้า 61-64) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด: ศึกษากรณีการเลือกตั้งองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2555 จากศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสาร จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.20 และพบว่าส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการเลือกตั้งจากแผ่นปลิว โปสเตอร์หาเสียง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนมีการตื่นตัวทางการเมืองค่อนข้างมาก ประกอบกับได้รับรู้ข่าวสารการเลือกตั้งซึ่งผู้สมัครและทางราชการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดจนแผ่นปลิว และ โปสเตอร์หาเสียง จึงเป็นเหตุให้ประชาชนให้ความสำคัญกับการไปใช้สิทธิเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นจำนวนมากคุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้ง จากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับ คุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งคุณสมบัติที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ประสบการณ์ของผู้สมัครที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งต้องการได้ผู้แทนที่มีประสบการณ์ทางการเมืองเพื่อจะได้มาพัฒนาท้องถิ่นของตนให้มีความเจริญก้าวหน้า

ต่อไปคุณสมบัติหัวคะแนน จากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับคุณสมบัติหัวคะแนนซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดคือหัวคะแนนที่นำความเจริญมาสู่ท้องถิ่นอาจเป็นเพราะว่าประชาชนต้องการให้มีการพัฒนาท้องถิ่นจึงต้องการผู้ที่จะสามารถนำความเจริญมาสู่ท้องถิ่นได้รูปแบบการหาเสียงเลือกตั้ง จากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับรูปแบบการหาเสียงเลือกตั้งซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดคือ การออกเดินเคาะประตูหาเสียงตามบ้านอาจเป็นเพราะประชาชนมีความสนใจทางด้านการเมืองมากขึ้น และ ต้องการทราบนโยบายของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งจะมีประโยชน์ต่อตนเองอย่างไร อีกทั้งการออกเดินเคาะประตูหาเสียงตามบ้านนั้น ยังแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการหาเสียงที่ได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเพศ ระดับการศึกษาและรายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อบัณฑิตที่มีผลในการตัดสินใจ ไปใช้สิทธิเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา ส่วนอายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อบัณฑิตที่มีผลในการตัดสินใจ ไปใช้สิทธิเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะเห็นได้ว่า อายุมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะในกลุ่มอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและให้ความสนใจต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างมาก และอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา อาจเป็นเพราะอาชีพดังกล่าวมีส่วนผลักดันและสนับสนุนต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา

สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์ และคณะ(2554) ศึกษาเรื่องการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 : ศึกษาบทบาทพรรคการเมืองและพฤติกรรมและการตัดสินใจของประชาชนในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 สามารถสรุปได้ดังนี้ 1. บริบทของความขัดแย้งทางการเมืองมีผลกระทบต่อความกระตือรือร้นในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง โดยผลกระทบของความขัดแย้งทางการเมืองที่นำไปสู่ความรุนแรงในหลายกรณีและความพยายามในการสนับสนุนพรรคการเมืองที่มีจุดยืนทางการเมืองเหมือนหรือคล้ายกับตนจากกลุ่มประชาชนที่มีจุดยืนทางการเมืองต่างกัน ได้ทำให้การเลือกตั้งครั้งนี้เป็นการเลือกตั้งที่มีประชาชนออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยมีประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ร้อยละ 75.03 เพิ่มขึ้นจากการเลือกตั้งในวันที่ 23 ธันวาคม 2550 ที่มีผู้ไปใช้สิทธิ 74.52% 2. คุณสมบัติของพรรคการเมืองนโยบายพรรคและผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของ

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร วันที่ 3 กรกฎาคม 2554 นั้นพบว่า คุณสมบัติที่ประชาชนใช้ในการตัดสินใจเลือกตั้ง คือ คุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้ง อาทิ การแสดงความซื่อสัตย์สุจริต เป็นต้น และในส่วนของคุณสมบัติของพรรคการเมือง อาทิ การคัดเลือกผู้สมัครที่ชื่นชอบนโยบายที่มุ่งใจเป็นต้น นอกจากนี้ จากผลการสำรวจยังพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าการแสดงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญมากที่สุดของพรรคการเมือง คุณสมบัติของพรรคการเมืองรองลงมาที่ประชาชนให้ความสำคัญเป็นอันดับสอง คือ ความมีประสบการณ์และผลงานในการบริหารประเทศ และการนำเสนอนโยบายที่มุ่งใจที่ในอดีตเคยมีความสำคัญกลับถูกลดทอนลงในการเลือกตั้งครั้งนี้

3. กลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง พบว่าความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นส่งผลให้กลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมืองกลายเป็นกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้

4. การแข่งขันการเลือกตั้ง ที่เข้มข้นหลายพื้นที่ส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง พบว่าการแข่งขันในการเลือกตั้งครั้งนี้ในหลายพื้นที่ที่มีความเข้มข้นเป็นอย่างมาก โดยความเข้มข้นของการแข่งขันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกระตือรือร้นในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชน โดยการเลือกตั้งของจังหวัดในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ มีระดับความเข้มข้นในการแข่งขันน้อยกว่ากรุงเทพมหานครและจังหวัดในภาคกลาง

5. ผลประโยชน์เชิงวัตถุและความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์ตามวัฒนธรรมทางการเมืองมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พบว่าการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้เป็นลักษณะของการตัดสินใจโดยแยกปัจจัยด้านเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ระบบอุปถัมภ์ออกจากกัน โดยการเลือกตั้งแบบแบ่งเขตประชาชนมีแนวโน้มที่จะเลือกจากปัจจัยด้านความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์และพิจารณาจากคุณสมบัติผู้สมัครเป็นสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจหรือผลประโยชน์เชิงวัตถุที่เป็นการให้ความสำคัญกับการเลือกพรรคการเมืองที่สามารถตอบสนองได้

6. ทศนคติและความเข้าใจต่อการซื้อเสียง การรับผลประโยชน์ตอบแทนเปลี่ยนแปลงไปและส่งผลให้พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนมีความแตกต่างจากในอดีต พบว่าทศนคติของประชาชนกับการซื้อสิทธิขายเสียงมีข้อสังเกต คือ พื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ที่เคยถูกพูดถึงกันว่าเป็นพื้นที่ที่มีการซื้อสิทธิขายเสียงกันอย่างกว้างขวางขณะที่พื้นที่ภาคใต้และภาคกลางเป็นพื้นที่ที่ถูกพูดถึงว่าการซื้อสิทธิขายเสียงในพื้นที่นั้นมีอิทธิพลมีผลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกตั้งน้อย แต่ผลการวิจัยพบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เคยเป็นพื้นที่ถูกพิจารณาที่มีการซื้อสิทธิขายเสียงกันอย่างกว้างขวางกลับมีสัดส่วนของประชาชนที่ตอบว่า “ไม่จำเป็นต้องเลือกตั้ง” มากกว่าประชาชนในภาคกลางและภาคใต้ที่มักถูกพิจารณาว่าเป็นพื้นที่ที่การซื้อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยกว่า และผลการวิจัยอีกประการที่พิจารณาจากทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทหลายพื้นที่จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าประชาชนกลุ่มตัวอย่างในเขตชนบทที่อาศัยอยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนตอบว่า "ไม่จำเป็นต้องเลือกตั้ง" สูงกว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างในเขตเมือง

สุระชัย ชูผลกา (2554) ศึกษาเรื่อง สมดุลในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งระหว่างกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองกับกลยุทธ์หวัคະແນในระบอบอุปถัมภ์ ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 พบว่าสมดุลในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระบบแบ่งเขตมีลักษณะโน้มเอียงไปในการใช้กลยุทธ์หวัคະແນในระบอบอุปถัมภ์อย่างเข้มข้นมากกว่ากลยุทธ์การตลาดทางการเมือง อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพของกลยุทธ์หวัคະແນในการสร้างคะแนนเสียงเลือกตั้งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการใช้ผสมผสานกับกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองเป็นสำคัญขณะที่ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองไม่สามารถใช้สร้างคะแนนเสียงได้ชัดเจนนักเนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่มีการใช้อย่างจำกัดภายใต้ข้อบังคับของกฎหมายเลือกตั้งและสามารถสังเกตได้จากถูกคู่แข่งและคณะกรรมการการเลือกตั้งอันเป็นการเสี่ยงต่อการผิดกฎหมายเลือกตั้งด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การศึกษาพบว่าความเป็น สส.ในพื้นที่และความแข็งแกร่งของพรรคการเมืองต้นสังกัดของผู้สมัครรับเลือกตั้งมีอิทธิพลที่ทำให้ผู้สมัครสามารถใช้กลยุทธ์หวัคະແນได้เพิ่มมากขึ้น ขณะที่ปัจจัยระดับความเข้มข้นในการแข่งขันหาเสียงเลือกตั้งมีอิทธิพลแปรผกผันต่อปริมาณการใช้กลยุทธ์หวัคະແນฯ ส่วนปริมาณการใช้กลยุทธ์การตลาดทางการเมืองแปรตามกันกับระดับความเจริญในเขตพื้นที่เลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะกับระบบเลือกตั้งของไทยควรกำหนดใช้รูปแบบการเลือกตั้งในระบบแบ่งเขตเรียงเบอร์มีเขตเลือกตั้งกว้างและมีผู้แทนราษฎรได้หลายคนเพื่อลดการเผชิญหน้าในการหาเสียงเลือกตั้งที่อาศัยอิทธิพลบารมีในพื้นที่ที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในระบบเลือกตั้งแบบแบ่งเขตเบอร์เดียว และในการศึกษาวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการใช้กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งระหว่างระบบแบ่งเขตเรียงเบอร์และแบ่งเขตเบอร์เดียวเพื่อค้นหาประสิทธิภาพของกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ชัดเจน

อภิวัฒน์ พรหมขาว (2553) ศึกษาเรื่องการศึกษาการเปรียบเทียบกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้งในองค์การบริหารส่วนตำบลปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ใช้และประสบความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้ง ครั้งนี้ คือ กลยุทธ์และวิธีการหาเสียงทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยผู้สมัครทุกคนมีรูปแบบการหาเสียงที่แบบเป็นทางการที่เหมือนกันทั้งวิธีการติดป้ายโฆษณา การลงพื้นที่พบประชาชน การใช้รถประชาสัมพันธ์พร้อมติดป้ายผู้สมัครด้วยภาษาถึง 3 ภาษาด้วยกัน คือ ภาษาไทยกลาง ภาษาไทยใหญ่

ภาษาลาหู่ (มูเซอ) และการนำเสนอนโยบายที่คล้ายๆ กัน ทั้งนี้ด้วยความแตกต่างทางด้านเผ่าพันธุ์ในพื้นที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งสองคนได้กำหนดให้ทีมบริหารที่เป็นตัวแทนของแต่ละชนเผ่ามาร่วมทีมงานบริหารกับตนซึ่งพบว่าคนที่เป็นตัวแทนของกลุ่มชนเผ่าต่างๆ มาร่วมในทีมบริหารนั้นสามารถช่วยเพิ่มคะแนนเสียงให้แก่ทีมของผู้สมัครได้แต่อย่างไรก็ตามความเป็นชนเผ่าพันธุ์นั้นก็ไม่สามารถที่จะสร้างความเป็นชาตินิยมให้ผู้สมัครนั้น ได้รับการเลือกตั้ง เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีความแตกแยกของชนเผ่าทำให้เกิดการเปลี่ยนกลุ่มของเป็นลักษณะของการมีผลประโยชน์มากกว่าชาติพันธุ์ สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบว่ามีผลต่อการได้รับการเลือกตั้งอย่างยิ่งนั้น คือประเด็นเรื่องของการซื้อเสียง ซึ่งการเลือกตั้งครั้งนี้ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าผู้สมัครคนใดนั้นได้ทำการซื้อเสียงบ้าง แต่เป็นข้อมูลที่รับรู้ว่าการเลือกตั้งนั้น ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศมีการซื้อเสียงทุกคนและทุกครั้งด้วย ซึ่งการเลือกตั้งครั้งนี้จะเห็นได้ว่าการใช้ค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้งที่มากกว่าที่คณะกรรมการเลือกตั้งกำหนดโดยการเพิ่มในส่วนของการใช้จ่ายส่วนเกินจากทีมงานและการซื้อเสียง นอกจากนี้ในส่วนของการสัมพันธ์ระหว่างผู้เลือกตั้งและผู้สมัครรับเลือกตั้ง รวมถึงความชื่นชอบในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ด้วย

ภาคินี พองขำ (2553) ศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการเมืองกรณีการหาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต 3 จังหวัดสกลนคร วันที่ 21 มิถุนายน 2552 พบว่า ในการวางแผนเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของทีมงานพรรคภูมิใจไทย ได้วางแผนการรณรงค์ให้ผู้รับผิดชอบออกเป็น 4 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 มีหน้าที่จัดหาและเตรียมข้อมูลในพื้นที่เฉพาะให้กับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง กลุ่มที่ 2 มีหน้าที่จัดเตรียมกำหนดการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น วัน เวลา สถานที่ที่ผู้สมัครจะเข้าร่วมกิจกรรมฟังการปราศรัยหาเสียง กลุ่มที่ 3 มีหน้าที่จัดเตรียมสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยกำหนดแผนงานการประชาสัมพันธ์กับรูปแบบของสื่อที่จะใช้รณรงค์ และกลุ่มที่ 4 มีหน้าที่ติดตามผล เช่น ผลสะท้อนกลับในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครและคู่แข่ง รวมถึงความนิยมในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้ผลการวิจัยสรุปว่าปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง คือ บุคลิกภาพ โดยสื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจประเด็นที่นำเสนอการเน้นเสียงสูง เสียงต่ำ เสียงเบาที่สร้างความเป็นกันเองให้กับผู้ฟัง

พิศาล พันธเสนีย์ (2553) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้ง วันที่ 4 ตุลาคม 2552 พบว่า กลยุทธ์ที่ใช้หาเสียงเลือกตั้งทั้งในระดับชาติลงมาจนถึงระดับท้องถิ่นล้วนต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ได้คะแนนแก่ตนเองมากที่สุด โดยกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนำมาใช้หาเสียงประกอบด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ 1. กลยุทธ์การใช้ป้ายหาเสียง 2. กลยุทธ์การสื่อสารด้วยคำขวัญ 3. กลยุทธ์นโยบายหาเสียง

4. กลยุทธ์การใช้ห้วคะแนน 5. กลยุทธ์ค้นหาเสียงแสดงตน 6. กลยุทธ์การปราศรัย 7. กลยุทธ์การ
 โต้วาที 8. กลยุทธ์การอยู่ร่วมกับประชาชน 9. กลยุทธ์การใช้สติ๊กเกอร์หาเสียง 10. กลยุทธ์รศโฆษณา
 ประกอบเพลงหาเสียง 11. กลยุทธ์เสื้อแดงเพื่อไทย 12. กลยุทธ์ชื่อเสียงวงศ์ตระกูล ซึ่งการเลือกตั้ง
 นายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ วันที่ 4 ตุลาคม 2552 ที่ผ่านมาผู้สมัครทั้ง 10 รายได้นำกลยุทธ์
 ดังกล่าวมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง แต่ผู้สมัครหมายเลข 2 นายทัศน บูรณปกรณ์ ได้คะแนน
 สูงสุดชนะการเลือกตั้งที่ห่างคู่แข่งด้วยคะแนนมากกว่าเกือบเท่าตัว ซึ่งผลคะแนนที่ออกมาทำให้
 ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หมายเลข 2 ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนเป็นจำนวนมากกว่าคู่แข่งนั้น คือ
 การใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างจากผู้สมัครทั้ง 9 ราย คือกลยุทธ์การใช้ชื่อเสียงวงศ์ตระกูลและกลยุทธ์เสื้อ
 แดงสังกัดพรรคการเมือง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญส่งผลให้คะแนนนิยมสำหรับหมายเลข 2 ได้รับ
 คะแนนมากที่สุด ซึ่งการใช้กลยุทธ์เสื้อแดงของผู้สมัครหมายเลข 2 นั้น เป็นการแฝงไปด้วยการ
 สังกัดฝ่ายหรือสังกัดพรรคการเมืองอย่างมีนัยยะทางการเมือง (ตามประกาศคณะกรรมการเลือกตั้ง
 ห้ามไม่ให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นนำชื่อพรรค หรือ เครื่องหมาย
 พรรคการเมือง ภาพบุคคลที่เป็นสมาชิกมาใช้ในการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่น)
 การใช้กลยุทธ์เสื้อแดง นับเป็นกลยุทธ์ที่ชาญฉลาดของผู้สมัครหมายเลข 2 ที่ดึงเอากระแสรักทักษิณ
 และความเป็นท้องถิ่นนิยมมาผสมอย่างถูกที่ถูกเวลา เพราะเห็นว่าชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่รักทักษิณ
 รักเสื้อแดง โดยไม่ได้แสดงถึงเครื่องหมายของพรรคไทยรักไทยหรือภาพบุคคลที่เป็นสมาชิกหรือผู้
 ดำรงตำแหน่งของพรรคการเมืองตามที่คณะกรรมการเลือกตั้งกำหนดไว้และด้วยกลยุทธ์เสื้อแดง
 ปลุกกระแสการต่อสู้ของคนเชียงใหม่ที่รักทักษิณ ในลักษณะที่ว่าถ้าเลือกหมายเลข 2 ก็เหมือนกับ
 เลือกคนเสื้อแดงที่รักทักษิณ ที่เป็นการจูงใจให้ช่วยกันสร้างฐานการเมืองของเชียงใหม่เข้มแข็ง กลม
 เกียว เพื่อสร้างโอกาสให้อดีตนายกรัฐมนตรียกยิม ชินวัตรได้กลับมาและด้วยความสัมพันธ์ทาง
 เครือญาติระหว่างผู้สมัครหมายเลข 2 กับนายปกรณ์ บูรณปกรณ์ ที่มีผลงานในการเมืองระดับ
 ท้องถิ่นอย่างมากภายในอดีตทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 ได้รับคะแนนเสียงจากประชาชน
 ชาวเชียงใหม่อย่างล้นหลาม สรุปได้ว่า จุดสนใจจากกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้สมัครหมายเลข 2 ได้รับการ
 เลือกตั้งคือ กลยุทธ์เสื้อแดงสังกัดพรรคเพื่อไทย ส่วนเส้นทางการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและใน
 ระดับชาติ ยังคงดำเนินต่อไปตามเส้นทางของประชาธิปไตยโดยอำนาจที่แท้จริงเป็นของประชาชน

พรงค์พิเชฐ แห่งหน (2551) ศึกษาเรื่องกระบวนการในการหาเสียงของนักการเมือง
 ท้องถิ่น โดยศึกษาในรูปแบบห้วคะแนนและรูปแบบสภากาแฟ เปรียบเทียบการหาเสียงแบบเข้าถึง
 ประชาชนโดยตรง ผลการวิจัยพบว่า สำหรับการเมืองท้องถิ่นระดับล่าง (องค์การบริหารส่วนตำบล
 และเทศบาล) ในจังหวัดชุมพร การหาเสียงแบบเข้าถึงประชาชนโดยตรงเป็นวิธีการที่ดีที่สุดมีจุด
 แข็งที่สามารถทำความรู้จักและพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนได้โดยตรง มีโอกาสได้นำเสนอนโยบาย

และแสดงออกถึงภาวะผู้นำ ส่งผลให้ประชาชนมีโอกาสพิจารณาผู้สมัครอย่างใกล้ชิดและฝากปัญหาข้อเค็ดรอนต่างๆ ไปกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งระบบนี้เป็นระบบที่มีจุดอ่อนน้อยที่สุดแต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งของประชาชนเป็นอย่างมาก ทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จทางการเมืองสูง เหมาะสมกับพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่กว้างมากนัก

นิวัฒน์ แก้วประเสริฐ (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องธรรมาภิบาลในมุมมองขององค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ของประชาชนในการปกครองท้องถิ่นก่อนและหลังการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกันของประชาชนที่มารวมกันอย่างไม่เป็นทางการที่สภากาแพโดยการเสริมสร้างความรู้ในประเด็นที่ประชาชนมีความจำเป็นต้องรู้ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของประชาชนในการปกครองท้องถิ่น 2) ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการดำเนินงานของ อบต.3) ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์ประชาชนผลการวิจัยพบว่าประชาชนที่เป็นตัวอย่างก่อนและหลังการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของประชาชนในการปกครองท้องถิ่นมีความรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกล่าวคือเมื่อประชาชนได้รับความรู้แลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการจากการพบปะพูดคุยกันตามสภากาแพจะทำให้ประชาชนได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการศึกษาพบว่าประชาชนสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการสูงเนื่องจากเป็นวิธีที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในชุมชนจึงเหมาะสมที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะนำมาขยายผลในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของประชาชนในการปกครองท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจอันจะเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

นันทนา นันทวโรภาส (2548) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมือง : ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย พบว่า การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2544 พรรคไทยรักไทยได้นำแนวคิดการตลาดทางการเมืองมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างครบถ้วนตามแนวคิด โดยพรรคไทยรักไทยได้ใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดแบบ 4Ps หรือ Marketing Mix 4Ps มาปรับใช้กับการรณรงค์หาเสียง ได้แก่ 1.Product ว่าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างแม่นยำ 2. Push Marketing และ 3. Pull Marketing ที่มีการใช้กลยุทธ์ทั้งสองอย่างผสมผสานกลมกลืนกัน และส่งเสริมซึ่งกันและกันผ่านการสื่อสารของพรรคไทยรักไทยและ 4. Poll ด้วยการทำโพลสำรวจคะแนนความนิยมของพรรคอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา นอกจากนี้พรรคไทยรักไทยยังได้มีการจำแนกส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยการใช้เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์และภูมิศาสตร์

มีการวางตำแหน่งทางการเมืองของพรรคที่ไม่ซ้ำกับพรรคการเมืองอื่น เพื่อเป็นตัวเลือกใหม่ให้กับประชาชนพร้อมทั้งได้กำหนดภาพลักษณ์ให้หัวหน้าพรรคให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นผู้ที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดกว้างไกล ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนเป็นกลยุทธ์ทางการเมืองที่พรรคไทยรักไทยได้นำมาปรับใช้กับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้จนเกิดผลสำเร็จนอกจากนี้ผลวิจัยยังพบอีกว่า พรรคไทยรักไทยเป็นพรรคการเมืองที่ใช้กลยุทธ์การเมืองนำกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สนับสนุนการนำกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองมาใช้การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจนเกิดผลสำเร็จในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพที่เกิดผลสำเร็จอย่างยิ่งเนื่องจากนโยบายที่ตอบสนองชนชั้นกลางในเมือง และผลสำเร็จจากนโยบายที่ทำให้ประเทศก้าวพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจ แต่ในพื้นที่ภาคใต้เกิดความพ่ายแพ้ของพรรคไทยรักไทยเนื่องจากความผูกพันภักดีของคนภาคใต้ต่อพรรคประชาธิปัตย์และการเข้าไม่ถึงของวัฒนธรรมทางการเมืองของภาคใต้

จากการสำรวจศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่ายังไม่ปรากฏงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี พ.ศ. 2563 ที่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ตลอดจนการดำเนินการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ต่อไป



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 2) การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตการณ์ โดยได้กำหนดวิธีการตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง จำนวน 30 คน เลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ทีมวางแผน	จำนวน 12 คน
(30 คน)	ว่าที่ผู้สมัครสมาชิกสภา อบต.	จำนวน 15 คน
	นักวิชาการบริหารการเลือกตั้ง	จำนวน 3 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการเข้าใจสาระสำคัญของวิธีการรณรงค์ทางการเมืองที่ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ได้รับเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการดังกล่าว โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผล

ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามที่ต้องศึกษา ดังนี้

1. สภาพปัญหาทั่วไปของผู้เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
 - สภาพปัญหาการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐาน
 - สภาพปัญหาการพัฒนาในด้านการศึกษา
 - สภาพปัญหาการพัฒนาในด้านสาธารณสุข
 - สภาพปัญหาการพัฒนาในด้านส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากร
 - สภาพปัญหาด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครฯ
 - สภาพปัญหาด้านวิสัยทัศน์ของว่าที่ผู้สมัครฯ
 - สภาพปัญหาด้านการศึกษาและความรู้ของว่าที่ผู้สมัครฯ
 - สภาพปัญหาด้านบุคลิกภาพของว่าที่ผู้สมัครฯ
 - สภาพปัญหาด้านประสบการณ์ในการทำงานของว่าที่ผู้สมัครฯ
2. ความต้องการของผู้เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
 - ความต้องการด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครฯ
 - ความต้องการด้านนโยบายในการพัฒนา
 - ความต้องการด้านพฤติกรรมสื่อสาร
3. การดำเนินการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง
 - ด้านการรวบรวมข้อมูล
 - ด้านการยกร่างแผน
 - ด้านการทดสอบแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง
 - ด้านการดำเนินการปฏิบัติตามแผน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการข้อมูลที่ชัดเจนและรอบด้าน จึงได้กำหนดประเด็นการศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการตั้งคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตการณ์ ร่วมกับการใช้เอกสารหลักฐานต่างๆ ประกอบการศึกษา

3.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาเป็นเครื่องมือในการวิจัย เนื่องจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีลักษณะในการหาข้อมูลแบบยืดหยุ่น ผู้สัมภาษณ์มีโอกาสอธิบายหรือขยายความหรือซักถามคำถามเพิ่มเติมติดต่อกันเพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจจุดประสงค์ของผู้สัมภาษณ์อีกทั้งในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เปลี่ยนประเด็นในการให้ข้อมูลผู้สัมภาษณ์ยังสามารถมีโอกาสที่จะหันความสนใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ให้กลับมาสนทนาเข้าประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการ นอกจากนี้ในขณะที่ผู้สัมภาษณ์ยังสามารถสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ ทำให้ผู้สัมภาษณ์มีโอกาสสังเกตลีลาท่าทีลักษณะท่าทางของผู้ถูกสัมภาษณ์ ความรู้สึกปฏิกิริยาที่ซ่อนเร้นไว้ในใจที่แสดงออกมาในขณะที่พูดและไม่พูดอีกด้วย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจะค่อนข้างแตกต่างในเรื่องของผลข้อมูลที่ได้ คือ ข้อมูลที่ได้จะมีความชัดเจนมากกว่าการใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์อย่างสิ้นเชิง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แบบสัมภาษณ์เป็นแนวทางในการพูดคุยกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งถือเป็นผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญ โดยกำหนดบุคคลผู้ให้ข้อมูลเป็นการเฉพาะเจาะจง เพราะผู้ที่ให้ข้อมูลนั้นเป็นผู้ที่มีข้อมูลที่ลึกและกว้างเป็นพิเศษสอดคล้องกับความต้องการของผู้วิจัย และการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์ด้วยรูปแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ผสมผสานแนวการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับแบบไม่มีโครงสร้าง โดยมีการเตรียมแนวคำถามที่ต้องการข้อมูลไว้ล่วงหน้า ขณะเดียวกันก็อาจซักถามเจาะลึกนอกเหนือจากแนวคำถามได้ โดยใช้การสัมภาษณ์ในสนามนั้นบางครั้งอาจต้องใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผสมผสานกับแบบไม่มีโครงสร้าง แต่ในขณะเดียวกันบางครั้งก็อาจพบผู้ให้ข้อมูลโดยกะทันหัน ทำให้ต้องใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเข้ามาแก้ปัญหาเฉพาะหน้าทันที ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนที่สุด

3.2 การสังเกตการณ์

เป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้มากขึ้น โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตการณ์ร่วมกับวิธีการสัมภาษณ์ เพื่อเฝ้าดูพฤติกรรมกริยาท่าทางของผู้ให้ข้อมูลว่าเป็นผู้ปฏิบัติงานในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจริง โดยสังเกตควบคู่ไปกับท่วงทำนองการพูด กริยาท่าทาง การตอบข้อซักถามที่เสมือนเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์

น่าเชื่อถือ ไม่หลอกลวง และที่สำคัญการตอบที่สมเหตุสมผลไม่สวนทางกับข้อเท็จจริง สามารถเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ต่างๆ และหักล้างข้อมูลของผู้อื่นหรือเอกสารได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสังเกตการณ์พฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อวิธีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในรูปแบบต่างๆ ของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

นอกจากนี้ยังมีการสังเกตการณ์สื่อสารต่างๆ รอบตัวผู้สมัคร สถานที่ที่เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งรวมถึงสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลไปพร้อมกับวิเคราะห์ข้อมูลด้วยผู้วิจัยเองตั้งแตอยู่ในสนามจนกระทั่งออกจากสนาม ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหลายๆ ครั้งจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเชื่อถือได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเริ่มจากการลดทอนข้อมูลดิบ (Data Reduction) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพแบบพรรณนา และการวิจัยเอกสารโดยการคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่น่าสนใจ และสรุปรวบรวมข้อมูลจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ ด้วยการกำหนดรหัส (Code) และชื่อเรื่อง (Categories) เพื่อให้ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจความสัมพันธ์ของแต่ละเรื่อง แยกเรื่องที่ไม่สัมพันธ์กันออกจากกัน แล้วนำมาทดสอบกับกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้และเขียนเป็นเรื่องราวสรุปชั่วคราวและนำตัวอย่างข้อมูลมาแสดงประกอบเป็นหลักฐาน (Data Display) และหลังจากนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบข้อสรุปชั่วคราวนี้ไปเรื่อยๆ ในแง่มุมต่างๆ จนกระทั่งถึงจุดอิ่มตัวแล้วจึงนำผลสรุปไปตรวจสอบยืนยันความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยวิธีการแบบสามเส้าจนได้ผลสรุปที่ชัดเจนและมั่นคง (Conclusion and Verification)

4.1 การตรวจสอบข้อมูล

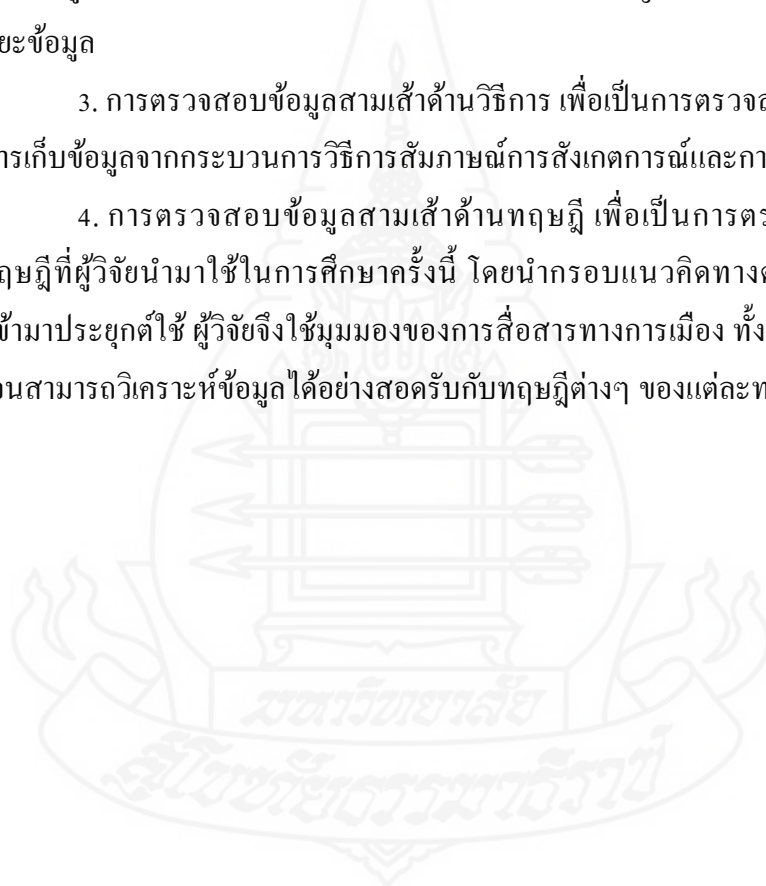
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการแสวงหาข้อมูลการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาที่มีการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบระเบียบและจริงจังและยังมีกลวิธีในการศึกษาที่ประกอบด้วยความยืดหยุ่นและอ่อนไหวไปตามบริบท ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความถูกต้องแม่นยำ (Validity) ของข้อมูล โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) คือ (ผู้วิจัย) ยังไม่ปักใจเชื่อข้อมูลจากแหล่งที่ได้มา จนกว่าจะได้ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างๆ กัน เพื่อให้ได้คำอธิบายในหลายๆ สภาพการณ์ หลายๆ ช่วงเวลาและมิติที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การตรวจสอบจากแหล่งที่มาของข้อมูล เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลตามช่วงเวลาต่างๆ หลากหลายช่วงเวลา หลากหลายพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด ด้วยวิธีการที่ผู้วิจัยจะนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากแต่ละรายในประเด็นเดียวกันมาเทียบเคียงกันว่าข้อมูลดังกล่าวมีความคล้ายคลึงและไปในแนวทางเดียวกันหรือไม่ หากผลปรากฏว่าข้อมูลมีความแตกต่างกันผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ แต่หากข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกันก็จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัย

2. การตรวจสอบข้อมูลด้านผู้วิจัย เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลจากบุคคลหลากหลายกลุ่ม ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากหลายๆ ฝ่าย ด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนรณรงค์หาเสียง การเลือกตั้งว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ เพื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบและแยกแยะข้อมูล

3. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลของผู้วิจัยที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกระบวนการวิธีการสัมภาษณ์การสังเกตการณ์และการรวบรวมเอกสาร

4. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านทฤษฎี เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลของแนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยนำกรอบแนวคิดทางการสื่อสารทางการเมืองเข้ามาประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยจึงใช้มุมมองของการสื่อสารทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจกับข้อมูลจนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกับทฤษฎีต่างๆ ของแต่ละทฤษฎี



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การวางแผนรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยศึกษาเกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้ง 2) การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เจาะลึกและสังเกตการณ์ จาก ว่าที่ผู้สมัครนายกฯ ที่มวางแผน ที่ผู้สมัครสมาชิกสภา อบต. และนักวิชาการบริหารการเลือกตั้ง เพื่อต้องการทราบถึงสภาพปัญหาที่ส่งผลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ จำนวน 30 คน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สัมภาษณ์ 30 คน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 สภาพปัญหาในการพัฒนาต่างๆ ที่ผ่านมา

สภาพปัญหาการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า ประปา มีการพัฒนาปรับปรุง ซ่อมแซมบ้าง แต่เป็นไปค่อนข้างช้า และไม่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน

สภาพปัญหาการพัฒนาด้านการศึกษา ไม่มีการจัดจ้างครูและบุคลากรทางศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถ และวุฒิการศึกษา ที่ตรงตามสาขาวิชา และขาดการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ และแหล่งเรียนรู้ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียน ให้สวยงาม ทันสมัย และเอื้อต่อการเรียนรู้

สภาพปัญหาการพัฒนาด้านบริการสาธารณสุข ยังขาดการประสานงานที่มีประสิทธิภาพกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และขาดงบประมาณในการสนับสนุนการทำงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รวมถึงการบุคลากรที่มีความรู้ด้านสาธารณสุข ขาดอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่ถดถอยลงไป ประชาชนนอกจากต้องรอคิวนานถือเป็นการเพิ่มความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพบริการที่ประชาชนได้รับ

สภาพปัญหาการพัฒนาด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากร ขาดการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพที่หลากหลาย ขาดการให้ความรู้เพิ่มเติม และจัดหาตลาดเพื่อรองรับผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกร ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพหลักในตำบล

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในแต่ละหมู่บ้านของตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ จำนวน 11 หมู่บ้าน ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงภาพรวมสภาพปัญหาของแต่ละหมู่บ้านในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

หมู่บ้าน	สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น
หมู่ 1 บ้านเฉลิมเกียรติพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลูกรังชำรุดเสียหาย จำนวน 4 เส้น รวมระยะทาง 10 กม. - แหล่งน้ำประปาไม่เพียงพอกับประชากรจำนวน 70 ครัวเรือน - แหล่งน้ำเพื่อการเกษตรไม่เพียงพอ - ช้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร
หมู่ 2 บ้านฟ้าประทาน	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลูกรังชำรุดเสียหาย จำนวน 2 เส้น รวมระยะทาง 5 กม. - แหล่งน้ำประปาไม่เพียงพอกับประชากร จำนวน 40 ครัวเรือน - ปัญหาบ่อขยะส่งกลิ่นเน่าเหม็นรบกวน (เป็นแหล่งทิ้งขยะของตำบล) - ช้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร
หมู่ 3 บ้านป่าละอู	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลูกรังชำรุดจำนวน 1 เส้น ระยะทาง 5 กม. - ระบบประปาไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น มีระบบกรองแต่ชำรุดไม่ได้รับการปรับปรุงซ่อมแซม - ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก อบต.ห้วยสัตว์ใหญ่ หมู่ 3 ไม่เหมาะสมต่อการจัดการเรียนรู้ - ช้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

หมู่บ้าน	สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น
หมู่ 4 บ้านห้วยผึ้ง	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลาดยาง เฉลิมเกียรติ-นินพะยอม ชำรุดเป็นระยะทาง 6 กม. - ถนนลูกรังภายในหมู่บ้านชำรุด 5 เส้น เป็นระยะทาง 21 กม. - ปัญหาไฟฟ้าส่องสว่างข้างทางมีไม่เพียงพอ
หมู่ 5 บ้านเฉลิมพร	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลาดยาง เฉลิมเกียรติ-นินพะยอม ชำรุด เป็นระยะทาง 1 กม. - ปัญหาไฟฟ้าส่องสว่างข้างทางไม่เพียงพอ - ปัญหาข้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร
หมู่ 6 บ้านโคนมพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบประปาไม่เพียงพอ บางครัวเรือนไม่มีน้ำประปาใช้ - ปัญหาราคาน้ำดื่มติดค้ำ (อาชีพหลักของชาวบ้านม.6 คือเลี้ยงโคนม) - ปัญหาข้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร
หมู่ 7 บ้านคลองน้อย	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลาดยางชำรุด 3 กม., ถนนลูกรังชำรุด 16 กม. - ระบบประปา และระบบน้ำดิบเพื่อการเกษตรไม่เพียงพอ
หมู่ 8 บ้านเฉลิมราชพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลาดยางชำรุดเสียหาย เป็นระยะทาง 7 กม. - ระบบประปาไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น - ข้างป่าทำลายพืชผลทางการเกษตร
หมู่ 9 บ้านโป่งสำโหร่ง	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลูกรังชำรุด ระยะทาง 24 กม. - ระบบประปา และแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรไม่เพียงพอ - ปัญหาไฟฟ้าส่องสว่างข้างทางไม่เพียงพอ - ปัญหาข้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร
หมู่ 10 บ้านหนองสะแก	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลูกรังชำรุด 11 กม. - ระบบประปา และแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรไม่เพียงพอ
หมู่ 11 บ้านปากคลอง	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนลาดยางชำรุดเสียหาย 2 กม.และถนนลูกรังในหมู่บ้านชำรุดเสียหาย 7 กม. - ไม่มีระบบประปา - ปัญหาไฟฟ้าส่องสว่างข้างทางไม่เพียงพอ - ปัญหาข้างป่าเข้าทำลายพืชผลทางการเกษตร

จากตารางที่ 4.1 ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน จะเห็นได้ว่าสภาพปัญหาหลักๆ ที่ทุกหมู่บ้านในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่พบเจอและยังไม่ได้รับการช่วยเหลือ หรือการปรับปรุงแก้ไขที่ดีขึ้น คือการปรับปรุงถนนเพื่อการสัญจรในแต่ละหมู่บ้านให้เดินทางด้วยความสะดวก จากตารางจะเห็นได้ว่าถนนในตำบลเกิน 80% ที่ยังคงเป็นถนนดินลูกรัง มีเพียงถนนหลัก ในบางหมู่บ้านเท่านั้นที่เป็นถนนลาดยาง ซึ่งก็เสื่อมโทรมไม่ค่อยได้รับการปรับปรุงแก้ไข เนื่องจากประชาชนส่วนมากในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องใช้ถนนเพื่อการสัญจรนำพืชผลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรไปส่งจำหน่าย นอกจากนี้ปัญหาแสงไฟส่องสว่างตามเส้นทางที่ประชาชนต้องสัญจรก็มีไม่เพียงพอ และบางครั้งวีรอนไฟฟ้าและน้ำประปาก็ยังคงเข้าไม่ถึง อีกทั้งพื้นที่ส่วนใหญ่ในแต่ละหมู่บ้านเป็นป่าทำให้ได้รับอันตรายจากฝูงช้างที่ออกมาหากินตามถนน หรือแม้แต่เข้ามาบุกกินพืชไร่ของประชาชนจนได้รับความเสียหายทั้งในตอนกลางวันและยามวิกาลทำให้ประชาชนในพื้นที่ต่างก็หวาดกลัว

“การแก้ไขปรับปรุงซ่อมแซมถนน ระบบประปา ดำเนินการช้ามาก บางหมู่บ้านถูกมองข้าม”

(ประมาณ เกตุสิงห์, สัมภาษณ์ 22-6-2564)

“จริงๆ หมู่บ้านเราถือว่าเป็นหมู่บ้านที่มีความเจริญกว่าหมู่บ้านอื่นในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ นะ แต่ถนนนี่แย่ที่สุด ไม่ว่าผู้บริหารยุคไหนถนนก็ยังแย่อยู่เลย”

(ปิยะ จันทนา, สัมภาษณ์ 22-6-2564)

“ความจริงแล้วการศึกษาทั่วถึงนะ แต่การศึกษาคุณภาพที่ควรจะเป็นมันไม่ได้ทั่วมาถึงศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ที่นี้ยังขาดงบประมาณในการจัดจ้างครูที่มีความรู้ความสามารถมาเพิ่มความรู้อให้กับเด็กเล็กก่อนวันเรียนอีกมาก”

(เพ็ญพักตร์ คุ้มภัย, สัมภาษณ์ 9-6-2564)

1.2 สภาพปัญหาในด้านคุณลักษณะว่าที่ผู้สมัคร นายกองค้การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่ผ่านมา สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

ว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหาด้านวิสัยทัศน์ ขาดการมองสภาพปัญหาในภาพรวม มีเจตคติในทางลบ และไม่รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น

ว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหาด้านการศึกษาและความรู้ คือ ขาดความรู้และทักษะในการบริหาร ไม่มีวุฒิการศึกษาทางด้าน การเมืองการปกครอง และการบริหารจัดการชุมชน

ว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหาด้านบุคลิกภาพ ขาดความน่าเคารพเชื่อถือ ขาดภาวะผู้นำ

ว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหาด้านประสิทธิภาพการทำงาน ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานท้องถิ่น ใช้คนไม่ถูกกับงาน ทำให้การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นปัญหาในด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่ผ่านมา ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงภาพรวมสภาพปัญหาด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่ผ่านมา

ปัญหาในด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครฯ	สภาพของปัญหา
ด้านวิสัยทัศน์	- ขาดการมองสภาพปัญหาในภาพรวม มีเจตคติในทางลบ - ไม่รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น
ด้านการศึกษาและความรู้	- ขาดความรู้และทักษะในการบริหาร - ไม่มีวุฒิการศึกษาทางด้านการเมืองการปกครอง และการบริหารจัดการชุมชน
ด้านบุคลิกภาพ	- ขาดความน่าเคารพเชื่อถือ - ขาดภาวะผู้นำ
ด้านประสิทธิภาพการทำงาน	- ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานท้องถิ่น - การใช้คนไม่ถูกกับงาน ทำให้การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 4.2 ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน จะเห็นได้ว่าสภาพปัญหาด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครฯ ไม่ว่าจะเป็นด้านวิสัยทัศน์ ด้านการศึกษา ความรู้ ด้านบุคลิกภาพ และด้านประสิทธิภาพการทำงาน นั้น ที่ผ่านมาประชาชนในหมู่บ้านภายในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ต่างมีความเห็นที่เห็นพ้องต้องกันคือ ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงาน มองปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนหมู่บ้านไม่ออก นั้นทำให้ประชาชนได้รับการแก้ไขปัญหาที่ไม่ตรงจุด ไม่สามารถเข้าถึงใจ

คนในชุมชนได้ ทำให้คนในชุมชนต่างไม่เคารพเชื่อถือ ส่งผลให้มีทัศนคติในทางลบกับผู้สมัครฯ ที่ผ่านมา

“ที่ผ่านมา นายองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ยังไม่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความรู้ แต่ไม่ตรงกับการบริหารจัดการชุมชนและท้องถิ่น ทำให้การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร”

(สมพร เนตรกาศักดิ์, สัมภาษณ์ 23-6-2564)

“ว่าที่ผู้สมัครฯ ควรต้องรู้เกี่ยวกับหน้าที่ ที่จะเข้ามาทำงานในองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ให้ดีกว่านี้ว่ามีหน้าที่อะไรบ้าง ศึกษามาก่อนจะได้รู้ว่าถ้าเข้ามาแล้วจะทำได้จริงหรือไม่”

(จันทน์ ศรีทองแสง, สัมภาษณ์ 9-6-2564)

1.3 คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัคร นายองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่คนต่อไป
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ท่านต้องการ สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านวิสัยทัศน์ จะต้องเข้าใจและเข้าถึงความต้องการของประชาชน มองสภาพปัญหาในภาพรวม จัดการกับแรงกดดันต่างๆ ได้ดี และแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านการศึกษาและความรู้ จะต้องมีความรู้ความสามารถรอบด้าน และจบการศึกษาด้านการเมืองการปกครอง หรือการบริหารจัดการชุมชน และท้องถิ่นโดยตรง

คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านบุคลิกภาพ จะต้องมีความน่าเชื่อถือ วางตนเป็นแบบอย่างที่ดีของคนในสังคม มีคุณธรรมจริยธรรม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคนในท้องถิ่น

คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านประสบการณ์ในการทำงาน จะต้องมีความรู้ ประสบการณ์ด้านการบริหาร พัฒนาชุมชนและท้องถิ่น มีการเข้าถึงงบประมาณและบริหารจัดการงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่คนต่อไปที่ประชาชนต้องการ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่
คนต่อไปที่ประชาชนต้องการ

คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป	สิ่งที่ประชาชนต้องการ
ด้านวิสัยทัศน์	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องเข้าใจและเข้าถึงความต้องการของประชาชน - สามารถมองสภาพปัญหาในภาพรวม จัดการกับแรงกดดันต่างๆ ได้ดี - สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด
ด้านการศึกษาและความรู้	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีความรู้ความสามารถรอบด้าน - จบการศึกษาด้านการเมืองการปกครอง หรือการบริหารจัดการชุมชนและท้องถิ่นโดยตรง
ด้านบุคลิกภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - จะต้องมีความน่าเชื่อถือ - วางตนเป็นแบบอย่างที่ดีของคนในสังคม - มีคุณธรรมจริยธรรม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคนในท้องถิ่น
ด้านประสบการณ์ในการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> - จะต้องมีความประสบการณ์ด้านการบริหาร พัฒนาชุมชนและท้องถิ่น - มีการเข้าถึงงบประมาณและบริหารจัดการงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลในตารางที่ 4.3 ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ คนต่อไปที่คนในหมู่บ้านต้องการนั้น จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารชุมชน สามารถทำอย่างที่พูดได้เป็นอย่างดี แก้ปัญหาได้ตรงจุด ตลอดจนจำเป็นต้องมีประสบการณ์ที่ดีและสามารถพัฒนาและนำพาคนในชุมชนสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไปด้วย

“ใช้ความรู้ความสามารถที่มี เข้ามาบริหารทำงานให้ได้อย่างที่พูด มุ่งพัฒนาให้คนในชุมชนได้เห็นความตั้งใจทำงานที่แท้จริง”

(วิชาญ อุ่นริ้ว, สัมภาษณ์ 18-6-2564)

“ต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ชัดเจน กล้าได้กล้าเสีย ไม่ย่อท้อต่อแรงกดดันจากชาวบ้าน และทำอะไรทำจริง”

(คอกอ้อ ทองอ่อน, สัมภาษณ์ 23-6-2564)

1.4 นโยบายในการพัฒนา ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ท่านต้องการในด้านต่างๆ สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า ประปา ที่ต้องการ คือ ปรับภูมิทัศน์สองข้างทาง ซ่อมแซมถนนที่เป็นหลุมเป็นบ่อ แก้ไขปัญหาระบบน้ำประปา เพิ่มไฟส่องสว่างในทางสาธารณะ และจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งตำบล

นโยบายด้านการศึกษา ที่ต้องการ คือ จัดจ้างบุคลากรทางการศึกษาที่มีวุฒิการศึกษาตรงตามสาขาวิชา พัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารให้ทันสมัย ปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการเรียนรู้อยู่เสมอ นอกจากนี้ยังควรจัดหาทุนการศึกษาให้กับนักเรียนอย่างต่อเนื่อง

นโยบายด้านบริการสาธารณสุข ที่ต้องการ คือ มีการประสานงานกับโรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบลอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จัดงบประมาณสนับสนุนและอบรมให้ความรู้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จัดหารถกู้ชีพฉุกเฉินประจำตำบล และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึง

นโยบายด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากร ที่ต้องการคือ ให้ความรู้และส่งเสริมอาชีพที่หลากหลาย ให้ความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิชาการการเกษตรให้กับกลุ่มเกษตรกร ตลอดจนจัดหาตลาดเพื่อรองรับการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และเพิ่มช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นนโยบายในการพัฒนาของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่ประชาชนต้องการ แสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงนโยบายในการพัฒนาของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่คนต่อไปที่ประชาชนต้องการ

นโยบายในการพัฒนา	ความต้องการของประชาชน
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า ประป)	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับภูมิทัศน์สองข้างทาง - ซ่อมแซมถนนที่เป็นหลุมเป็นบ่อ - แก้ไขปัญหาหาระบบน้ำประปา - เพิ่มไฟส่องสว่างในทางสาธารณะ - จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆให้ครอบคลุมทั้งตำบล
ด้านการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - จัดจ้างบุคลากรทางการศึกษาที่มีวุฒิการศึกษาตรงตามสาขาวิชา - พัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารให้ทันสมัย - ปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการเรียนรู้อยู่เสมอ - จัดหาทุนการศึกษาให้กับนักเรียนอย่างต่อเนื่อง
ด้านบริการสาธารณสุข	<ul style="list-style-type: none"> - การประสานงานกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ - จัดงบประมาณสนับสนุนและอบรมให้ความรู้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) - จัดหารถกู้ชีพฉุกเฉินประจำตำบล - เพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึง
ด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ ของประชากร	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความรู้และส่งเสริมอาชีพที่หลากหลาย - ให้ความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิชาการการเกษตรให้กับกลุ่มเกษตรกร - จัดหาตลาดเพื่อรองรับการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร - เพิ่มช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย

จากข้อมูลในตารางที่ 4.4 พบว่า ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน ด้านนโยบายในการพัฒนาชุมชนในหมู่บ้านที่ต้องการจากผู้ที่ผู้สมัครฯ คนต่อไปนั้น คือการปรับปรุงสภาพถนนและภูมิทัศน์สองข้างทางถนนสัญจรทั้งถนนเส้นหลักและถนนเส้นรอง ตลอดจนระบบไปส่องสว่างสองข้างทาง เพื่อให้การเดินทางของคนในชุมชนมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาด้านการศึกษาของเด็กในชุมชนให้ได้รับความรู้และมีอุปกรณ์การเรียนที่ดี และด้วยพื้นฐานอาชีพหลักของคนในชุมชนส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรจึงจำเป็นที่ว่าที่นายกรฯ คนต่อไปจำเป็นต้องพัฒนาส่งเสริมความรู้ในอาชีพเกษตรของคนในชุมชน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและส่งออกเพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้คนในชุมชนต่อไปในอนาคต

“ควรมีการส่งเสริมอาชีพหลักของชาวบ้านและขยายการขายสินค้าให้กับผู้ซื้อได้ในทุกช่องทาง”

(ชานินทร์ นิลกลัด, สัมภาษณ์ 25-6-2564)

1.5 ด้านพฤติกรรมการสื่อสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง สามารถรับสารจากสื่อเดิม ได้ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ใบปลิว วารสาร สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น การประกาศตามเสียงตามสาย การใช้รถโฆษณาเคลื่อนที่ และป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ

ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง สามารถรับสารจากสื่อใหม่ หรือสื่อออนไลน์ ได้ทางเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจ ไลน์ ไลน์กลุ่ม ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม

ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ต้องการรับสารจากสื่อเดิม ได้ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ ใบปลิว วารสาร สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น การประกาศตามเสียงตามสาย การใช้รถโฆษณาเคลื่อนที่ และป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ เนื่องจาก สามารถเข้าถึงบุคคลได้ง่าย เข้าถึงได้ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ และทุกวัย

ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ต้องการรับสารจากสื่อใหม่ หรือสื่อออนไลน์ ได้ทาง เฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจ ไลน์ ไลน์กลุ่ม ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม เนื่องจาก สามารถเข้าถึงได้ในทุกที่ และทุกเวลา สามารถติดตามย้อนหลังได้ และเป็นสื่อที่ใกล้ชิดตัว

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นด้านพฤติกรรมกรสื่อสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่ประชาชนต้องการแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงพฤติกรรม การสื่อสารของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ینگนายกองค์การบริหารส่วน
ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

พฤติกรรม การรับสาร	ช่องทาง สื่อ
สามารถรับสารจากสื่อเดิม	<ul style="list-style-type: none"> - แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว - วารสาร - สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น การประกาศตามเสียงตามสาย การใช้รถโฆษณาเคลื่อนที่ - ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ
สามารถรับสารจากสื่อใหม่ หรือสื่อออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> - เฟซบุ๊ก - เฟซบุ๊กแฟนเพจ - ไลน์ - ไลน์กลุ่ม - ทวิตเตอร์ - อินสตาแกรม
ต้องการรับสารจากสื่อเดิม	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถเข้าถึงบุคคลได้ง่าย เข้าถึงได้ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ และทุกวัย
ต้องการรับสารจากสื่อใหม่ หรือสื่อออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถเข้าถึงได้ในทุกที่และตลอดเวลา สามารถติดตามย้อนหลังได้ และเป็นสื่อที่ใกล้ชิดตัว

จากข้อมูลในตารางที่ 4.5 ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน พบว่าส่วนมากในชุมชนยังคงมีความต้องการรับสารจากสื่อเดิม ไม่ว่าจะเป็นป้ายหาเสียง การประกาศเสียงตามสายในชุมชน เพราะการรับสารด้วยวิธีเดิมๆ นี้ เป็นวิธีที่ทุกคนในชุมชนต่างคุ้นเคย ไม่ว่าจะเป็นอาชีพใด เพศอะไร อยู่ในวัยไหน ต่างก็สามารถเข้าใจกับสื่อชนิดเดิมนี้ได้ทุกคนด้วยลักษณะการใช้ชีวิตของคนในชุมชนส่วนมากการรับสื่อทางออนไลน์จึงยังไม่เข้าถึงและครอบคลุมประชาชนทั้งหมด ด้วยฐานะและความเป็นอยู่จึงทำให้คนในชุมชนติดอยู่กับการรับสารในแบบเดิมกันเป็นส่วนใหญ่ แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชนที่ยังคงต้องการรับสารจากสื่อใหม่ๆ ทางออนไลน์ เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวกในทุกที่ทุกเวลา และเป็นสื่อที่ใกล้ชิดตัวที่สุด แต่อย่างไรก็ตามชาวบ้านก็ยังชอบที่จะรับสื่อเดิมๆ อยู่ด้วย

“การสื่อสารผ่านทางสื่อเดิม เช่น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และรถโฆษณาเคลื่อนที่สามารถเข้าถึงผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในกลุ่มผู้สูงอายุ และวัยทำงานที่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้”

(โสภณ ชูกร, สัมภาษณ์ 23-6-2564)

“ที่ผ่านมามีได้ฟังการหาเสียงของผู้สมัครฯ ผ่านตามเสียงรถลำโพงรถเคลื่อนที่ได้ยินชื่อ ได้ยินเบอร์ เพื่อให้ประชาชนที่ไม่ได้มีโอกาสติดตามที่เวทีได้มีโอกาสรับฟังเนื้อหาการปราศรัยได้ ซึ่งก็เป็นการหาเสียงในรูปแบบเดิมๆ ที่คนในชุมชนคุ้นเคยกัน”

(เฉลิม หวงหอม, สัมภาษณ์ 18-6-2564)

“การสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่รวดเร็วและมีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด”

(โอฬาร กำพร, สัมภาษณ์ 22-6-2564)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สัมภาษณ์ทั้ง 30 คน โดยมีผลการวิจัยในรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ว่าที่ผู้สมัครฯ มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ในด้านต่างๆ สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

มีการรวบรวมข้อมูล ตามความต้องการการพัฒนาในด้านต่างๆ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านบริการสาธารณสุข และด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชาชน นอกจากนี้ยังต้องรวบรวมปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาอีกด้วย เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ที่ครอบคลุมทุกการพัฒนา และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

มีวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยการเข้าถึงกลุ่มผู้นำหมู่บ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำจากกลุ่มอาชีพต่างๆ ตลอดจนทั้งผู้นำองค์กรและหน่วยงานต่างๆ อีกด้วย โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย การทำแบบสำรวจ การทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง

ผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง คือ ว่าที่ผู้สมัครฯ และทีมงานแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง

ระยะเวลาในการดำเนินการรวบรวมข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ควรมีระยะเวลาตามความเหมาะสม อย่างน้อยก่อนการเลือกตั้ง 90 วัน หรือ 6 เดือน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลและจัดทำแผนการทำงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งในด้านต่างๆ ของว่าที่ผู้สมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ แสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งในด้านต่างๆ ของว่าที่ผู้สมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

หัวข้อ	แนวทางในการดำเนินการ
การรวบรวมข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - เก็บข้อมูลความต้องการการพัฒนาในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านบริการสาธารณสุข และด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชาชน - เก็บรวบรวมปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาอีกด้วย เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ที่ครอบคลุมทุกการพัฒนา และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ
วิธีการรวบรวมข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - โดยการเข้าถึงกลุ่มผู้นำหมู่บ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำจากกลุ่มอาชีพต่างๆ ตลอดจนทั้งผู้นำองค์กรและหน่วยงานต่างๆ อีกด้วย โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย - การทำแบบสำรวจ การทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง
ผู้รวบรวมข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ว่าที่ผู้สมัครฯ - ทีมวางแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง
ระยะเวลาในการดำเนินการรวบรวมข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาตามความเหมาะสม อย่างน้อยก่อนการเลือกตั้ง 90 วัน หรือ 6 เดือน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลและจัดทำแผนการทำงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลในตารางที่ 4.6 ผลการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน จะเห็นได้ว่าการรวบรวมข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ นั้น จะทำให้ผู้ที่ผู้สมัครฯ และทีมงานแผนฯ ได้มีข้อมูลสภาพปัญหา ความต้องการ และทัศนคติที่คนในแต่ละหมู่บ้านต้องการ สามารถนำมาวางแผนในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งฯ ในระยะเวลาที่รวดเร็วขึ้น เพื่อเสนอนโยบายได้ตรงตามความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

“การเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาในเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา นำมาเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น”

(ปัญญา นุชรากิม, สัมภาษณ์ 3-6-2564)

“การเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข และมุ่งเน้นนโยบายที่ประชาชนได้ประโยชน์เป็นหลักสำคัญ”

(สมศรี สิงห์โตทอง, สัมภาษณ์ 3-6-2564)

2.2 การยกร่างแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างไร สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

การกำหนดนโยบาย ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งควรเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดอย่างชัดเจนและเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่เป็นหลัก มีขอบเขตและสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้อย่างตรงจุด และเป็นนโยบายที่คนในชุมชนได้รับประโยชน์มากที่สุดด้วย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งควรเป็นประชาชนในพื้นที่ของตำบลที่สามารถออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งได้จริง โดยนอกจากจะมีกลุ่มวัยทำงานแล้ว ในชุมชนหมู่บ้านต่างก็ยังมีกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นพลังเสียงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังจะเติบโตเข้าสู่วัยทำงานต่อไป เป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายนี้ได้แสดงความคิดเห็นและออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งกันมากขึ้นด้วย

การกำหนดช่วงเวลา ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นการดำเนินการช่วงก่อนการเลือกตั้ง ซึ่งเมื่อหากได้มีการแจ้งกำหนดวันเลือกตั้งออกมาอย่างเป็นทางการแล้ว ก็จะดำเนินการกำหนดวันเพื่อเริ่มดำเนินการในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ชัดเจนเสมอ

วิธีการปฏิบัติ ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งเป็นไปตามคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ที่ได้มีการกำหนดแบบแผนอย่างเป็นระบบให้ทุกพื้นที่ดำเนินการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้เพื่อให้ได้ผู้นำที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้ามาทำงานบริหารจัดการชุมชนที่ดีต่อไป

การติดตามประเมินผล ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งจะมีการติดตามผลเป็นรายสัปดาห์ เพื่อหาจุดบกพร่องของแผนการดำเนินการและสามารถแก้ไขได้ทันท่วงที โดยผลที่ได้จะมาจากเสียงของประชาชนเป็นหลัก ทั้งด้านที่ดีและไม่ดี เพื่อให้ทราบถึงเป้าหมายและเป็นไปตามรูปแบบที่ทางคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ได้กำหนดไว้สร้างความโปร่งใสในการเลือกตั้ง

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นการร่างแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ แสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงการร่างแผนการรณรงค์หาเสียงของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

หัวข้อ	แผนในการดำเนินการ
การกำหนดนโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดอย่างชัดเจนและเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่เป็นหลัก - มีขอบเขตและสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้อย่างตรงจุด - เป็นนโยบายที่คนในชุมชนได้รับประโยชน์มากที่สุดด้วย
การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นประชาชนในพื้นที่ของตำบลที่สามารถออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งได้จริง โดยนอกจากจะมีกลุ่มวัยทำงานแล้ว ในชุมชนหมู่บ้านต่างก็ยังมีกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นพลังเสียงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังจะเติบโตเข้าสู่วัยทำงานต่อไป เป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายนี้ได้แสดงความคิดเห็นและออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งกันมากขึ้นด้วย

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

หัวข้อ	แผนในการดำเนินการ
การกำหนดช่วงเวลา	- เป็นการดำเนินการช่วงก่อนการเลือกตั้ง ซึ่งเมื่อหากได้มีการแจ้งกำหนดวันเลือกตั้งออกอย่างเป็นทางการแล้วก็จะดำเนินการกำหนดวันเพื่อเริ่มดำเนินการในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ชัดเจนเสมอ
การติดตามประเมินผล	- มีการติดตามผลเป็นรายสัปดาห์ เพื่อหาจุดบกพร่องของแผนการดำเนินการและสามารถแก้ไขได้ทันที โดยผลที่ได้จะมาจากเสียงของประชาชนเป็นหลัก ทั้งด้านที่ดีและไม่ดี เพื่อให้ทราบถึงเป้าหมายและเป็นไปตามรูปแบบที่ทางคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ได้กำหนดไว้ สร้างความโปร่งใสในการเลือกตั้ง

จากข้อมูลในตารางที่ 4.7 ผลการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน พบว่า การร่างแผนการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนซึ่งเป็นนโยบายที่คนในชุมชนได้รับประโยชน์มากที่สุด ตรงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มในชุมชน ด้วยช่วงเวลาที่เหมาะสมเพราะได้มีการวางแผนมาเป็นอย่างดี ตลอดจนมีการติดตามผลทุกสัปดาห์เพื่อหาจุดบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นใหม่และนำมาแก้ไขในทันที โดยทางว่าที่ผู้สมัครฯ ได้นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและจัดทำเป็นนโยบายในด้านต่างๆ รวม 8 หัวข้อ เพื่อให้ประชาชนได้เห็นภาพนโยบายการทำงานของทีมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- สนับสนุนให้มีถนนคอนกรีต ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน
- สนับสนุนการซ่อมบำรุงถนนลูกรังทุกหมู่บ้าน
- สนับสนุนให้มีไฟฟ้าสาธารณะทั่วถึงทุกหมู่บ้าน
- สนับสนุนการขยายเขตไฟฟ้าพร้อมสาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐานครอบคลุม

ทุกครัวเรือนในทุกหมู่บ้าน

- สนับสนุนให้มีอินเทอร์เน็ตไร้สายครอบคลุมทุกหมู่บ้าน
- สนับสนุนให้มีทางระบายน้ำทุกหมู่บ้าน
- สนับสนุนให้มีระบบประปาพร้อมดื่มทุกหมู่บ้าน
- สนับสนุนการคัดแยกขยะในครัวเรือน จัดหาที่ทิ้งขยะ และดำเนินการจัดการ

ระบบการกำจัดขยะมูลฝอยอย่างมีประสิทธิภาพ

2) นโยบายด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการกีฬา

- ส่งเสริมสนับสนุนการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีประสิทธิภาพ

สูงสุด

- ส่งเสริมให้มีโรงเรียนผู้สูงอายุ เพื่อการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และเห็น

คุณค่าในตนเอง

- ส่งเสริมการเรียนรู้และการศึกษาแก่ประชาชนในตำบล
- ส่งเสริมให้มีรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย
- ส่งเสริมให้มีห้องสมุด ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ทางภาษา ที่มี

คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

- ส่งเสริมให้มีการแข่งขันกีฬาภายในตำบล
- ส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มหมอชนบท กลุ่มหัตถกรรม และปราชญ์ชาวบ้าน
- ส่งเสริมสนับสนุนวัฒนธรรม ศาสนา ประเพณี เช่น สลากภัตตร ลอยกระทง

สงกรานต์ ฯลฯ

- ส่งเสริมสนับสนุนวัฒนธรรม ประเพณี ของชาวไทยภูเขา เช่น ประเพณีข้าวห่อ
- ส่งเสริมสนับสนุน ให้มีสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ สำหรับออกกำลังกายให้

ประชาชน

3) นโยบายด้านพัฒนาสังคมและสวัสดิการ

- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการตลาดนัด
- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีกองทุนพัฒนาหมู่บ้านทุกหมู่บ้าน
- ส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มผู้สูงอายุ สตรี เด็กและเยาวชน ให้มีบทบาทอย่างสูงสุด

และพึ่งพาตัวเองได้

- ส่งเสริมให้มีกระบวนการป้องกันและปราบปราม และต่อต้านภัยจากยาเสพติด
- ส่งเสริมให้มีส่วนร่วมของกลุ่มองค์กรต่างๆในตำบล

4) นโยบายด้านแหล่งน้ำ

- ส่งเสริมสนับสนุนการก่อสร้างแหล่งน้ำใหม่เพื่อใช้ในการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ

- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีระบบส่งน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีระบบประปาหมู่บ้านที่มีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีน้ำอุปโภคบริโภค ให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

5) นโยบายด้านเศรษฐกิจ

- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสมาคมเกษตรกร
- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีสมาคมพ่อค้าและประชาชนในตำบล เพื่อรองรับพืชผลทางการเกษตร

- สนับสนุนการเพาะปลูกพืชพื้นเมืองและพืชเศรษฐกิจ ตามแนวทางพระราชดำริ
- ส่งเสริมให้มีร้านค้าสหกรณ์ชุมชน
- ส่งเสริมให้ประชาชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน

- ส่งเสริมการฝึกอาชีพ และพัฒนาฝีมือแรงงานประชาชน สตรี ผู้ด้อยโอกาส และประชาชนทั่วไป สนับสนุนให้มีกลุ่มอาชีพใหม่ และกลุ่มอาชีพเดิม เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเป็นนโยบายที่มุ่งส่งเสริมแรงงานในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบล จะจัดหาวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพต่างๆ มาจัดฝึกอบรมให้กับประชาชนที่ต้องการเรียนรู้ทักษะการประกอบวิชาชีพ โครงการนี้จะช่วยพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีทักษะการทำงานที่สูงขึ้นสามารถแข่งขันกับแรงงานต่างชาติที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากการรวมตัวกันของกลุ่มประเทศในอาเซียน 10 ประเทศ

6) นโยบายด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

- สนับสนุนให้ประชาชนในตำบล มีความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ป้องกันการแพร่ระบาด และโรคติดต่อ และสามารถปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้

- สนับสนุนกิจกรรมอาสาสมัครสาธารณสุขมูลฐาน (อสม.) ให้มีความรู้ และมีวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติหน้าที่

- สนับสนุนการปรับภูมิทัศน์ภายในตำบลให้น่าอยู่
- สนับสนุนกิจกรรมเพิ่มพื้นที่สีเขียว โดยจัดหาพันธุ์กล้าไม้ให้ประชาชนเพิ่มพื้นที่การปลูกป่าเพิ่มเติม

7) นโยบายด้านบรรเทาและป้องกันสาธารณภัย

- ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.)
ตำรวจบ้าน ชรบ.อาสาสมัครอื่นๆ ให้มีเครื่องแบบ อุปกรณ์ เครื่องมือ ใช้ให้เพียงพอต่อการปฏิบัติ
หน้าที่ พร้อมศูนย์อำนวยการ

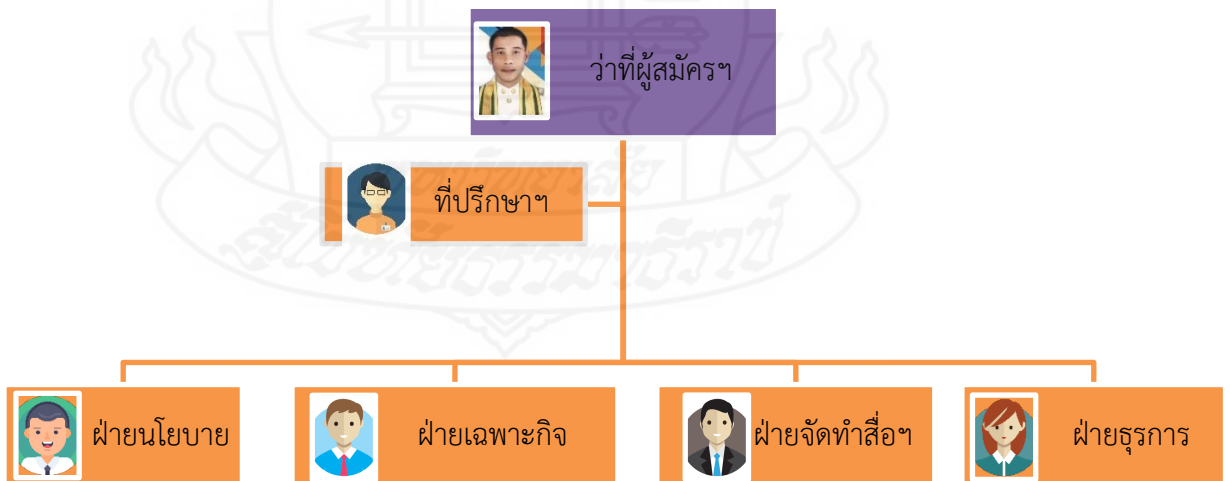
- สนับสนุนการเฝ้าระวังช้างป่าที่เข้ามาทำลายพืชผลทางการเกษตร
- สนับสนุนให้มีรถกู้ชีพ กู้ภัย ที่มีประสิทธิภาพ และพร้อมใช้งาน
- สนับสนุนให้มีรถดับเพลิง และรถน้ำ ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อบรรเทาความ
เดือดร้อนของประชาชน

8) นโยบายด้านอื่นๆ

- เรื่องที่ไม่ได้บรรจุไว้ในนโยบายต่าง ๆ นั้น เมื่อเป็นความต้องการของประชาชน
หรือประชาชนได้รับความเดือดร้อน จำเป็นต้องรีบให้การช่วยเหลือเป็นการด่วน จะดำเนินการทันที
ตามกรอบแนวทางที่จะดำเนินการได้ หรือหารือกับสภาองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อดำเนินการ
ต่อไป

การจัดโครงสร้างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

การจัด โครงสร้างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งซึ่งเป็น โครงสร้างอย่างไม่เป็นทางการ
ที่ประกอบด้วยบุคคลจากหลากหลายวงการ มารวมเป็นสมาชิกของทีม ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่ โดยมี
รายละเอียด โครงสร้างดังนี้



ภาพที่ 4.1 โครงสร้างการบริหารงานรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ของนายวัชรระ กำพรว

จากโครงสร้างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ของนายวัชระ กำพร ว่าที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งมีอำนาจตัดสินใจทั้งหมด โดยรับฟังจากที่ปรึกษา และแบ่งผู้รับผิดชอบออกเป็นฝ่ายต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

1. ว่าที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

ตามโครงสร้างการบริหารงานรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ว่าที่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง คือ นายวัชระ กำพร มีอำนาจตัดสินใจและรับฟังความคิดเห็นจากทางที่ปรึกษาฯ ควบคุมการรณรงค์หาเสียงให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้

2. ฝ่ายนโยบาย

ทีมงานฝ่ายนโยบายทำหน้าที่สำรวจความต้องการและปัญหาของชุมชนในหมู่บ้านจากพื้นที่ต่างๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาประเมินผลและจัดทำเป็นนโยบาย เสนอต่อนายวัชระ กำพร และจะมีที่ปรึกษาฯ ที่ช่วยตรวจสอบเนื้อหาของนโยบายเพื่อไม่ให้ขัดกับข้อกฎหมายก่อนนำเสนอสู่สาธารณะ มีนายเฉลิม พวงหอม, นางสาวเพ็ญพัทธ์ คุ้มภัย, นางสาวพรเพ็ญ สบเหมาะ, นายโอฬาร กำพร, นายโสภณ ชูกร, นายพะเยา พูลพิพัฒน์ และ นายประสาธ อุทัยธรรมทำหน้าที่ฝ่ายนโยบาย

3. ฝ่ายเฉพาะกิจ

ฝ่ายเฉพาะกิจ ทำหน้าที่ประสานงานกับประชาชนในชุมชนของแต่ละหมู่บ้านในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครฯ และจัดตั้งมวลชนไปในจุดต่างๆ ที่ว่าที่ผู้สมัครฯ ลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผู้ทำหน้าที่นี้ จะต้องเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในระดับนี้ นายวัชระ กำพร จึงมอบหมายให้นายพยอม พรหมณีที่ปรึกษาพิเศษ ร่วมกับนายวิชาญ อุ่นรัมย์, นายชานินทร์ นิลกลัด, นายคณิต จันทรอุปถัมภ์, นายเชน ยี่งวด, นางสมศรี สิงห์โตทองและ นางดอกอ้อ ทองอ่อนที่สังกัดอยู่ในทีม ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่ร่วมรับผิดชอบดูแลฝ่ายเฉพาะกิจทั้งหมด

4. ฝ่ายจัดทำสื่อและเตรียมเวทีปราศรัย

การทำงานของฝ่ายจัดทำสื่อ มีหน้าที่รับข้อมูลจากทีมงานรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และกำหนดเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ก่อนส่งให้กับทางร้านพิมพ์ออกแบบและจัดทำเพื่อใช้เป็นสื่อในการรณรงค์ต่อไป โดยมีนายทรงชัย ทรงแสงจันทร์, นายสำราญ แปรพิมพ์า, นายปัญญา บุษราคัม และ นายปิยะ จันคณา เป็นทีมผู้รับผิดชอบฝ่ายจัดทำสื่อโดยตรง สำหรับทีมจัดเตรียมเวทีปราศรัยได้มอบหมายให้กับ นายประมาณ เกตุสิงห์, นายวัชระ ทรัพย์มา, นายประสิทธิ์ อุทัยธรรม, นายดาว ช้างต้น และนายเจษฎา พรหมทอง เป็นทีมที่คอยติดตามรายการจัดเวทีปราศรัยตามพื้นที่ในหมู่บ้าน เพื่อวางแผนและคอยประสานงานการจัดเตรียมพื้นที่ ที่ว่าที่ผู้สมัครฯ และทีมงานจะไปจัดกิจกรรมปราศรัย

5. ฝ่ายธุรการและฝ่ายทำโพล

ฝ่ายธุรการมีหน้าที่คอยประสานงานต่างๆ ระหว่างหน่วยงานภายในด้วยตนเอง และหน่วยงานภายนอก อีกทั้งยังทำหน้าที่ดูแลค่าใช้จ่ายต่างๆ ครอบคลุมการดูแลหน่วยงานธุรการทั้งหมดของทีม โดยมีนางสาววัชรีย์ เจริญสุวรรณ และนางสาวปานกมล ขยันหาเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในส่วนนี้ และในส่วนของ การสำรวจคะแนนนิยมของทีม นั้น ได้ดำเนินการจากทีมงานอิสระที่รับผิดชอบหน้าที่สำรวจความนิยมที่มีต่อตัวที่ผู้สมัครฯ และคู่แข่งเพื่อนำเสนอข้อมูลต่อว่าที่ผู้สมัครฯ และทีมงาน โดยผู้รับผิดชอบประสานงานในส่วนนี้คือ นายสมพร เนตรกาศักดิ์, นายประชุม สร้อยสม, นายจำนงค์ ศรีทองแสงและ นายสำราญเกิดชนะ

2.3 การทดสอบแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างไร สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

นโยบายในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสมตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เพราะมุ่งเน้นที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักจึงทำให้การดำเนินงานตามนโยบายบรรลุผลรวมไปถึงสามารถวางแผนงานได้ต่อไปในอนาคต

กลุ่มเป้าหมายในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ผู้ให้การสัมภาษณ์ต่างเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเหมาะสม เป็นการรณรงค์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้เด็กรุ่นใหม่ได้ใช้สิทธิ์ด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น

การกำหนดช่วงเวลา ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสมดี เพราะการวางแผนในการรณรงค์หาเสียงมีระยะเวลาจำเป็นต้องมีช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อการกำหนดแผนได้ตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลตอบรับที่ดี

วิธีการปฏิบัติ ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสมดีและเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การติดตามประเมินผล ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสมและเป็นการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้จากการติดตามประเมินผลมาปรับปรุงแก้ไขแบบเป็นสลับเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นการทดสอบแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค้การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ เป็นอย่างไร แสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงการทดสอบแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหาร
ส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

หัวข้อ	การทดสอบแผนการรณรงค์หาเสียง
นโยบาย	- มีความเหมาะสมตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เพราะมุ่งเน้นที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักจึงทำให้การดำเนินงานตามนโยบายบรรลุผลรวมไปถึงสามารถวางแผนงานได้ต่อไปในอนาคต
กลุ่มเป้าหมาย	- ผู้ให้การสัมภาษณ์ต่างเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเหมาะสมเป็นการรณรงค์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้เด็กรุ่นใหม่ได้ใช้สิทธิ์ด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น
การกำหนดช่วงเวลา	- มีความเหมาะสมดี เพราะการวางแผนในการรณรงค์หาเสียงมีระยะเวลานานจำเป็นต้องมีช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อกำหนดแผนได้ตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลตอบรับที่ดี
วิธีการปฏิบัติ	- มีความเหมาะสมดีและเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีประสิทธิภาพมากที่สุด
การติดตามประเมินผล	- มีความเหมาะสมและเป็นการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลที่ได้จากการติดตามประเมินผลมาปรับปรุงแก้ไขแบบเป็นสลับเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

จากข้อมูลในตารางที่ 4.8 ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คน พบว่า การทดสอบแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ นั้น มีความเหมาะสมตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ ทำให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน เพราะมุ่งเน้นที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักจึงทำให้การดำเนินงานตามนโยบายบรรลุผลรวมไปถึงสามารถวางแผนงานได้ต่อไปในอนาคต เนื่องด้วยผู้ให้การสัมภาษณ์ต่างเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเหมาะสม เป็นการรณรงค์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและเป็นการเปิดโอกาสให้เด็กรุ่นใหม่ได้ใช้สิทธิ์ด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น ในการกำหนดช่วงเวลาและวิธีการปฏิบัติ ก็มีความเหมาะสมดี สามารถ

ดำเนินการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ตลอดจนการติดตามผลนั้นก็มีความเหมาะสมและเป็นการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยนำผลที่ได้จากการติดตามประเมินผลมาปรับปรุงแก้ไขแบบเป็นสลับเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทางว่าที่ผู้สมัครฯ ได้ทำการทดสอบแผนการณรงค์หาเสียงจากสื่อต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล

ว่าที่ผู้สมัครฯ ได้จัดตั้งทีมงานเพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารนโยบายให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกกลุ่ม

1) การสื่อสารผ่านผู้นำชุมชน

ผู้นำชุมชนจัดเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในชุมชน เป็นบุคคลที่ให้ความช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่เมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือต้องการความช่วยเหลือ ส่งผลให้กลุ่มผู้นำชุมชนเหล่านี้ได้รับการยอมรับจากคนในพื้นที่ ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ ในขณะที่ นายวัชรระ กำพรดำรงผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 5 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ นายวัชรระ กำพร ได้ให้การช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่หมู่บ้านใกล้เคียงผ่านผู้นำชุมชนของหมู่บ้านนั้นๆ จนเป็นที่ยอมรับของผู้นำชุมชนในทุกหมู่บ้าน กลุ่มผู้นำชุมชนจึงพร้อมใจเป็นกระบอกเสียงให้กับนายวัชรระ กำพร ในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในครั้งนี้

“โดยส่วนตัวรู้จักกันอยู่แล้วกับนายวัชรระ พอเลือกตั้งนายวัชรระบอกให้ช่วยหาเสียงให้หน่อย เลยตัดสินใจช่วยหาเสียง เพราะนายวัชรระ เป็นคนดีและเป็นคนทำงาน เวลาประชาชนเดือดร้อน พี่จะโทรหาแก เวลาโทรไปถ้าแกไม่ได้รับสายแกก็จะโทรกลับ แกจะส่งเลขฯ หรือลูกน้องมาดูก่อนและผู้ใหญ่หนูเองจะตามมาให้การช่วยเหลือทีหลัง ประทับใจในตัวนายวัชรระ เลยตัดสินใจช่วยนายวัชรระหาเสียง”

การสื่อสารผ่านผู้นำชุมชนเป็นอีกหนึ่งในการสร้างคะแนนนิยมให้กับนายวัชรระ กำพร เพราะบุคคลเหล่านั้นมีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ที่ตนเองอยู่มากกว่านายวัชรระ กำพร และในบางพื้นที่ นายวัชรระ กำพร ไม่สามารถเดินทางไปพบประชาชนได้บุคคลเหล่านั้น ก็จะทำหน้าที่ส่งข้อมูลนายวัชรระ กำพร ไปยังประชาชนให้ได้มากที่สุด โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างคะแนนนิยมแก่นายวัชรระ กำพร ให้เพิ่มมากขึ้น

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะของว่าที่ผู้สมัครฯ ได้แก่ บัตรประชาสัมพันธ์ ทัศนียภาพ โฆษณาแบนเนอร์ วนิด เพลงโฆษณาหาเสียง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเนื้อหาของกระบวนการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

1) บัตรประชาสัมพันธ์

มีลักษณะเล็กการออกแบบบัตรประชาสัมพันธ์ นายวัชร กำพร ได้ออกแบบให้มีขนาดกว้าง 5 เซนติเมตรและยาว 9 เซนติเมตร มีขนาดเล็ก ง่ายต่อการพกพา บริเวณด้านหน้าของบัตรประชาสัมพันธ์ เป็นพื้นที่นำเสนอหมายเลขพร้อมกรุปของว่าที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งและชื่อทีมงาน ศ. สร้างหัวใจด้วยหัวใจ ใจไว้ได้รูปของบัตรประชาสัมพันธ์ เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้ทำงานเพื่อประชาชน พร้อมกับข้อความ “สู้ด้วยกัน สร้างด้วยกัน เราจะก้าวไปด้วยกัน” ว่าที่ผู้สมัครฯ ได้มีแผนการจัดพิมพ์บัตรประชาสัมพันธ์ ทั้งหมดประมาณ 10,000 ฉบับเพื่อนำไปแจกจ่ายให้ประชาชนได้มากที่สุด



ภาพที่ 4.2 ภาพบัตรประชาสัมพันธ์ของนายวัชร กำนพร

2) ป้ายคัดเอาท์ ป้ายไฟเจอร์บอร์ด

ป้ายคัดเอาท์เป็นสื่อที่นักการเมืองนิยมใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์หาเสียงทางการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่น นายวัชร กำนพรเป็นหนึ่งในนักการเมืองที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านป้ายคัดเอาท์ การออกแบบป้ายป้ายขนาด 1.2 เมตร x 2.4 เมตร การนำเสนอเนื้อหาผ่านป้ายคัดเอาท์ของผู้สมัครแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาของนโยบาย มีรูปนายวัชร กำนพรพร้อมกับสโลแกนข้อความ “สู้ด้วยกัน สร้างด้วยกัน เราจะก้าวไปด้วยกัน”



ภาพที่ 4.3 ภาพป้ายคัทเอาท์ ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด ในการหาเสียงของ นายวัชรระ กำพร

กลุ่มที่ 2 มุ่งเน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของผู้สมัครกับการโน้มน้าวประชาชนให้ตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่ไม่จำเป็นต้องสังกัดพรรคไหนและไม่จำเป็นต้องเป็นคนในหมู่บ้านของตนเอง ผ่านข้อความแสดงการขอบคุณกับการร่วมประสานงานเพื่อให้ได้ซึ่งสิ่งที่ประชาชนในหมู่บ้านต้องการ





ภาพที่ 4.4 ภาพป้ายคัทเอาต์ผลการดำเนินงานให้ประชาชนในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

ภายหลังเสร็จสิ้นกระบวนการจัดทำป้ายคัทเอาต์แล้ว การติดตั้งป้ายจะกระจายไปตามจุดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นและตามเส้นทางของถนนหลายสายในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ เพื่อสร้างการรับรู้และให้ประชาชนสามารถจดจำว่าที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้อย่างแม่นยำ

3) แบนเนอร์ไวนิล

แบนเนอร์ที่นายวัชระ กำพรใช้สำหรับการรณรงค์หาเสียงมีลักษณะเป็นรูปแบบของสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 1.2 x 3 เมตร และสื่อสารเรื่องนโยบายผ่านสื่อชนิดนี้ ก่อนจะนำไปติดตั้งตามชุมชนหมู่บ้านต่างๆ ทั่วตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ โดยคำนึงถึงนโยบายที่สอดคล้องกับปัญหาหรือความต้องการในพื้นที่นั้นๆ เช่น แบนเนอร์นโยบายการส่งเสริมถนนคอนกรีต ขยายเขตไฟฟ้าพร้อม

สาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐานครอบคลุมทุกครัวเรือนจะเน้นติดตั้งในทุกพื้นที่หมู่บ้านที่ถนนยังไม่ตัดผ่าน เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนเกษตร เป็นต้น

4) เพลงโฆษณาหาเสียง

การจัดทำเพลงโฆษณาหาเสียงเป็นการสร้างความแตกต่างทางการรณรงค์หาเสียงกับผู้สมัครรับเลือกตั้งรายอื่นๆ ว่าที่ผู้สมัครฯ ได้จัดทำเพลงของตัวเองเพื่อสื่อสารกับนโยบายและประวัติการทำงานรวมถึงผลงานของตนเอง ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นสื่อในการสร้างสีสันในการรณรงค์ เช่น การใช้เพลงบนกิจกรรมเวทีปราศรัย, วิฑูยท้องถิ่น และรถแห่หาเสียง เป็นต้น การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ นายวัชระ กำพรได้จัดทำเพลงที่มีทำนองเร็ว 2 เพลง และทำนองเพลงช้า 1 เพลง

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะของนายวัชระ กำพรมีรูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นและครอบคลุม โดยคำนึงถึงนโยบายที่มีความแตกต่างกันตามสาขาอาชีพและความต้องการของแต่ละพื้นที่ การสื่อสารจึงเน้นการนำเสนอ นโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการและให้ข้อมูลสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เลือกตั้งให้ได้มากที่สุด

การสื่อสารแบบเผชิญหน้า

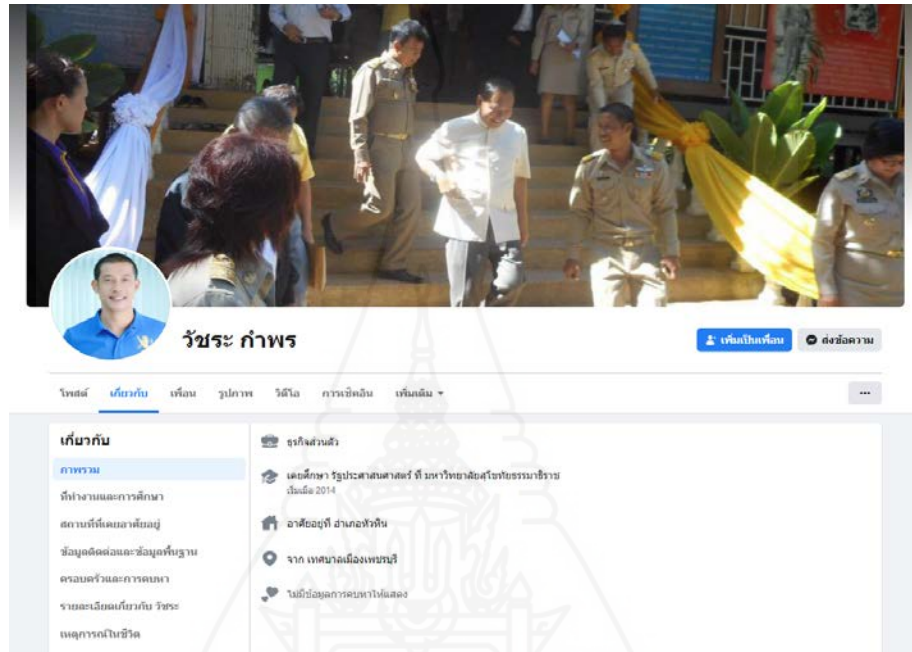
การหาเสียงในรูปแบบการเคาะประตูบ้านเป็นการสื่อสารแบบประชิดตัว การหาเสียงรูปแบบนี้จะให้ผู้สมัครได้ใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชนมากที่สุด การทำงานจะแบ่งออกเป็นสองรูปแบบ คือ รูปแบบแรก นายวัชระ กำพรพร้อมด้วยทีมงานลงพื้นที่พร้อมกับป้ายนโยบายเดินเคาะประตูบ้านของกลุ่มผู้เลือกตั้งตามแผนที่ทางทีมงานได้กำหนดไว้ และรูปแบบที่สองจะเป็นการลงพื้นที่ของตัวแทนพบปะพี่น้องประชาชนในรูปแบบของทีมรณรงค์หาเสียง ที่จะมีตัวแทนคนในพื้นที่เป็นผู้นำขบวนและตามด้วยทีมงาน

การลงพื้นที่เคาะประตูแนะนำตัวของนายวัชระ กำพรถือเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้ได้ใกล้ชิดกับพี่น้องประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน จึงเป็นวิธีที่ทําอย่างต่อเนื่อง โดยจะสื่อสารถึงผลงานที่ได้ทำไว้ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ในระหว่างที่ได้ดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านหมู่ 5 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ พร้อมกับนำเสนอ นโยบายใหม่ที่จะทำต่อในอนาคตหากได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

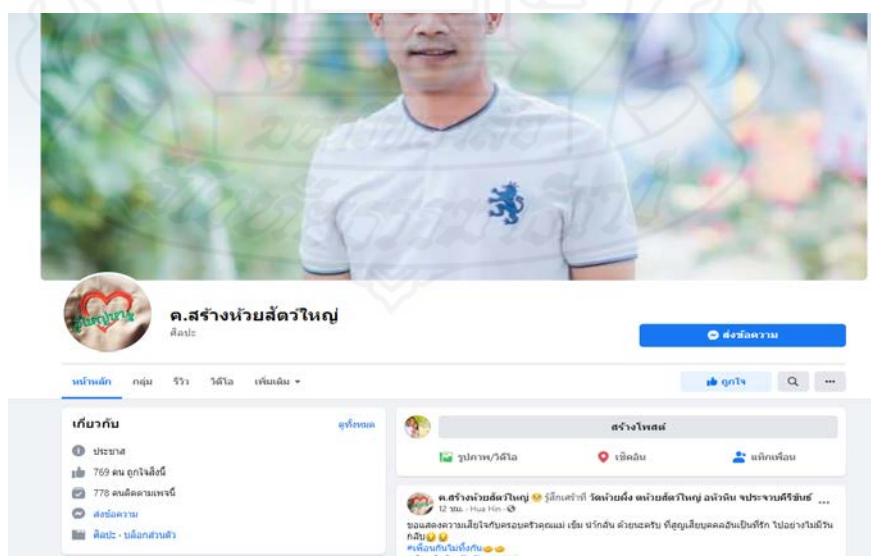
การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์

นายวัชระ กำพรได้ใช้การรณรงค์หาเสียงผ่านเครือข่ายเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน จัดเป็นสื่อแนวใหม่สำหรับสังคมปัจจุบัน ที่ให้ประโยชน์ต่างๆ มากมาย เช่น ช่วยให้ผู้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง, การสร้างกิจกรรมต่างๆ บนสังคมออนไลน์, การโปรโมทผลงานของว่าที่ผู้สมัครฯ สามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนายวัชระ กำพร

มีทีมงานเป็นผู้ดูแลบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) ทำหน้าที่รายงานความเคลื่อนไหวพร้อมกิจกรรมต่างๆ ของนายวัชร กําพร มีการแบ่งบัญชี เฟซบุ๊ก (Facebook) ในการสื่อสารออกเป็น 2 บัญชี คือ บัญชีที่ 1 บัญชีส่วนตัวจะใช้ชื่อว่าวัชร กําพร ส่วนบัญชีที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ใช้ชื่อว่า ค. สร้างห้วย สัตว์ใหญ่ (ข้อมูล ณ 25 ก.ค. 2564)



ภาพที่ 4.5 ภาพ หน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) บัญชีส่วนตัวภายใต้ชื่อวัชร กําพร



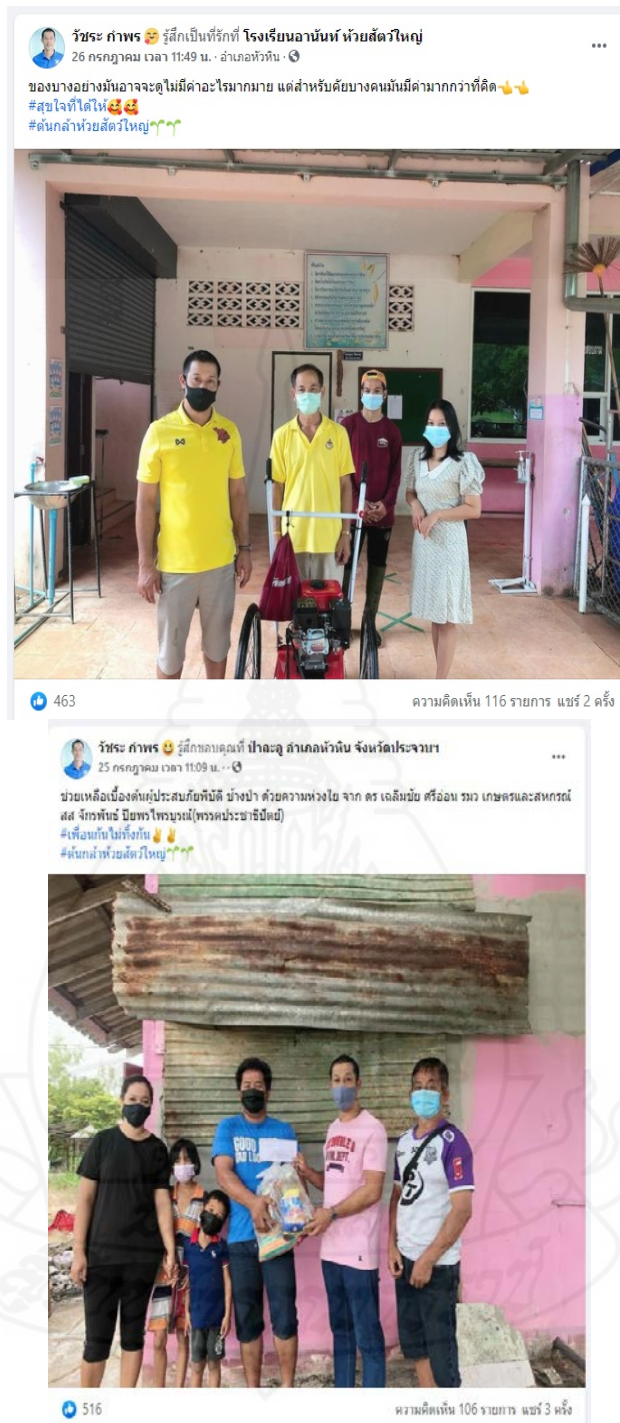
ภาพที่ 4.6 ภาพ หน้าเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่

การรณรงค์หาเสียงผ่านสื่อออนไลน์ของว่าที่ผู้สมัครฯ มีรูปแบบการสื่อสารจากผู้สมัครไปยังผู้ติดตามและการรับข้อมูลจากผู้ติดตามมายังผู้สมัคร โดยเปิดพื้นที่ให้ประชาชนได้สื่อสารและแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้จะทำให้ประชาชนสามารถสะท้อนความคิดเห็นที่มีต่อนายวัชระ กำพร ได้ วิธีการดังกล่าวยังช่วยให้ผู้สมัครสามารถรับรู้ความต้องการของประชาชนเพื่อนำไปปรับเป็นกลยุทธ์วางแผนในการรณรงค์หาเสียงต่อไปได้ เป็นบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่นำเสนอเนื้อหาความเคลื่อนไหวกิจกรรมการทำงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันของนายวัชระ กำพร และเนื้อหาที่โน้มน้าวให้เห็นว่านายวัชระ กำพร ตั้งใจทำงานเพื่อชาวห้วยสัตว์ใหญ่อย่างแท้จริง และมีผลงานที่เป็นรูปธรรม

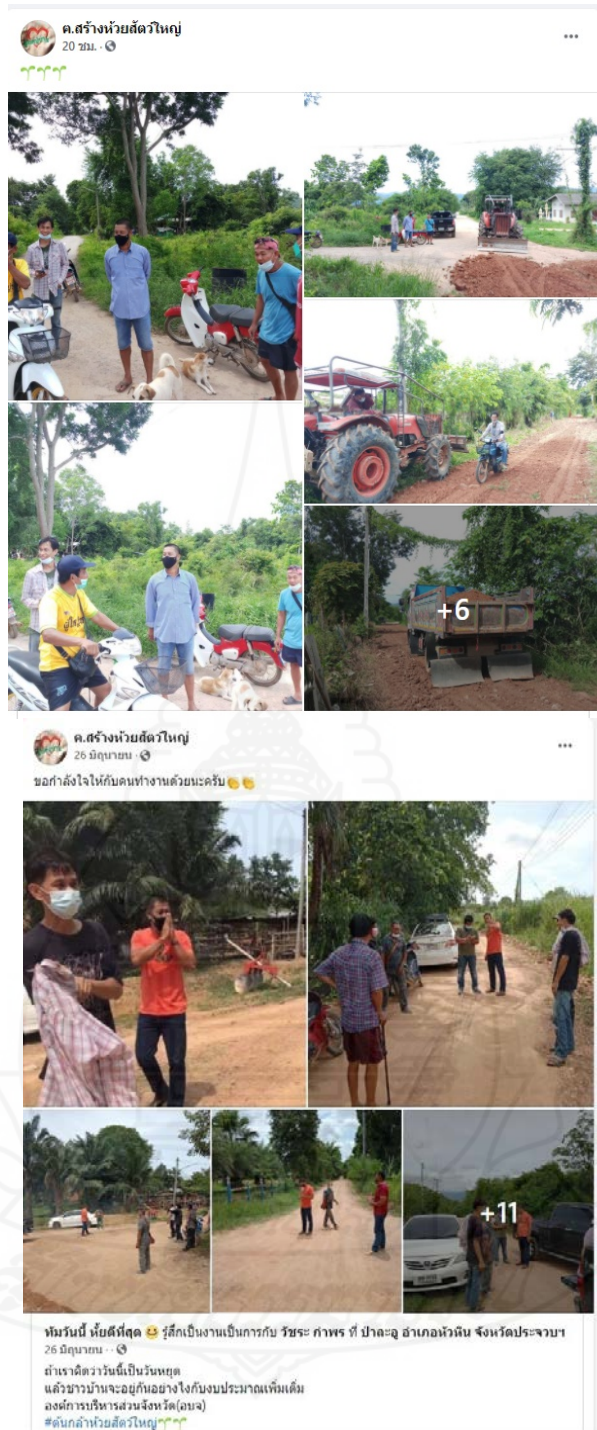
การนำเสนอกิจกรรมผ่านเครือข่ายออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนายวัชระ กำพร และ เพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ของ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่มีเนื้อหาที่นำเสนอ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายที่ใช้หาเสียงทั้งหมด เช่น นโยบายการซ่อมบำรุงถนนลูกรังทุกหมู่บ้าน นโยบายการป้องกันและปราบปรามและต่อต้านภัยจากยาเสพติด นโยบายการปรับภูมิทัศน์ภายในตำบลให้น่าอยู่นโยบายการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเล็กให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้และการศึกษาแก่ประชาชนในตำบลเป็นต้น





ภาพที่ 4.7 ภาพกิจกรรมช่วยเหลือประชาชนในหมู่บ้าน จากเฟซบุ๊ก (Facebook) บัญชีส่วนตัวภายใต้ชื่อวัชร คำพร



ภาพที่ 4.8 ภาพการลงพื้นที่การซ่อมบำรุงถนนลูกรังทุกหมู่บ้านจากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่



ภาพที่ 4.9 ภาพการลงพื้นที่การซ่อมบำรุงถนนในหมู่บ้านจากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่



ภาพที่ 4.10 ภาพการลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่

2. กิจกรรมการณรงค์หาเสียงของนายวัชร คำพร โดยการนำเสนอรูปภาพกิจกรรมการเข้าพบประชาชนในแต่ละพื้นที่ บรรยากาศการจัดเวทีปราศรัย และการลงพื้นที่พบประชาชน และยังคงใช้เป็นช่องทางในการแจ้งกำหนดการการลงพื้นที่และกิจกรรมเวทีปราศรัยกับอีกหนึ่งช่องทาง

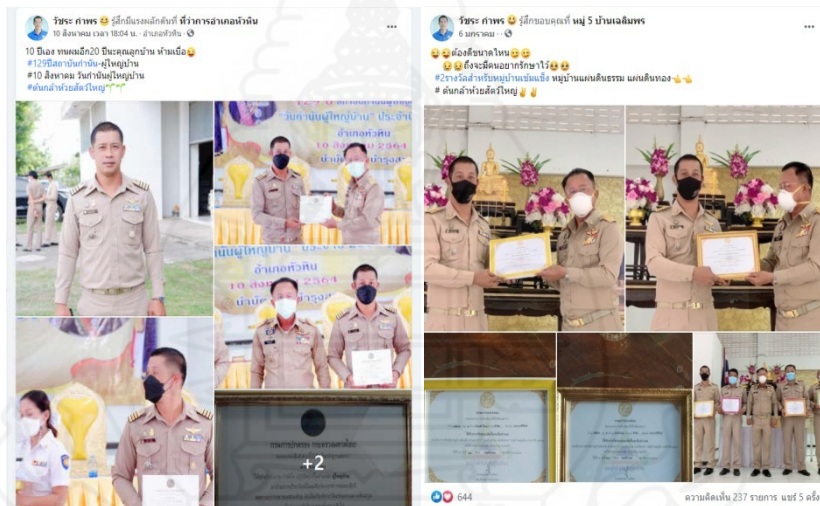


ภาพที่ 4.11 ภาพการลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมกับประชาชนในหมู่บ้าน จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่

3. ผลงานในขณะที่ดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านหมู่ 5 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์การเป็นคนที่ทุ่มเททำงานเพื่อประชาชนชาวห้วยสัตว์ใหญ่ทุกคน นายวัชร คำพร ได้ใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เป็นพื้นที่นำเสนอผลงานและกิจกรรมที่ผ่านมา เช่น รูปภาพการลงพื้นที่ช่วยเหลือพี่น้องประชาชนห้วยสัตว์ใหญ่



ภาพที่ 4.12 ภาพการลงพื้นที่ช่วยเหลือพี่น้องประชาชนห้วยสัตว์ใหญ่จากเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ภายใต้ชื่อ ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่



ภาพที่ 4.13 ภาพผลการดำเนินงานที่ผ่านมา จากเพจบุ๊ก (Facebook) บัญชีส่วนตัวภายใต้ชื่อวีระ คำพร

4. การนำเสนอรูปภาพที่เน้นข้อความ ให้ประชาชนได้ตัดสินใจเลือกตั้งด้วยตัวเอง และควรตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ที่ทุ่มเททำงานเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง เช่น ดันกล้าห้วยสัตว์ใหญ่ทำดีกว่าพูด พิสูจน์ได้, คนทำงาน หัวใจคือประชาชน, สู้ด้วยกัน สร้างด้วยกัน เราจะก้าวไปด้วยกัน ทีมงาน ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่, 20 ธันวาคม เข้าคุหา เลือกคนทำงาน เลือกนายก อบต. เลือก เบอร์ 1 เป็นต้น

การสื่อสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และไม่มีค่าใช้จ่าย ทำให้กลุ่มเพื่อน ผู้ติดตาม และสมาชิกเครือข่ายที่นิยมในตัวนายวีระ คำพร ได้

ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวของนายวัชรระ กำพร ทำให้เกิดการสื่อสารกันภายในเครือข่ายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มอื่นๆ เป็นแบบเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การให้กำลังใจ การแสดงความคิดเห็น รวมถึงการโน้มน้าวให้ผู้อื่นตัดสินใจเลือกนายวัชรระ กำพร ซึ่งเป็นอิทธิพลของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่มีประชากรส่วนใหญ่จะมีบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นของตัวเอง การสื่อสารผ่านเครือข่ายออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างคะแนนเสียงให้แก่ผู้ที่สมัครรับเลือกตั้ง

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์ของนายวัชรระ กำพรจัดได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และนำเสนออย่างต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์ และการนำเสนอเนื้อหาผ่านกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ด้วยวิธีการติดแท็กชื่อทีมงานของนายวัชรระ กำพร ในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ผู้ที่ติดตามกลุ่มเพื่อนของนายวัชรระ กำพร สามารถเห็นบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนายวัชรระ กำพร และกดติดตามได้ ซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามทั้งหมดนี้จึงทำให้มีผู้ติดตามบัญชีของนายวัชรระ กำพรและทีมงาน ค. สร้างห้วยสัตว์ใหญ่ เกินความคาดหมาย

การหยั่งเสียง (Polling)

เป็นการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่มีความสำคัญทางการแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ที่ช่วยให้ทราบถึงปัญหาในเขตพื้นที่การเลือกตั้ง และยังสามารถกำหนดประเด็นในการรณรงค์ช่วยจำแนกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจสามารถนำมาใช้เพื่อปรับแผนรณรงค์การหาเสียง การปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงแผนรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งรวมถึงความเข้าใจในมุมมองต่างๆ ของผู้เลือกตั้งด้วย การทำโพลสำรวจความคิดเห็นจึงช่วยให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งสามารถกำหนดทิศทางการรณรงค์ได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้เลือกตั้งและสถานการณ์ของการเลือกตั้งได้เป็นอย่างดีวัชรระ กำพรให้ความสำคัญกับการทำโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเป็นอย่างมาก

โดยแบ่งการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การสำรวจความต้องการและปัญหาของประชาชน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในการจัดทำนโยบายรณรงค์หาเสียง ดังนั้น นโยบายที่นำเสนอจึงสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เช่น นโยบายการขยายเขตไฟฟ้าพร้อมสาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐานครอบคลุมทุกครัวเรือนในทุกหมู่บ้าน นโยบายอินเทอร์เน็ตไร้สายครอบคลุมทุกหมู่บ้าน นโยบายศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ทางภาษา นโยบายภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน เป็นต้นการทำแบบสำรวจในกลุ่มที่ 2 เป็นการสำรวจความนิยมในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยวิธีการสำรวจความนิยมในตัวเองผ่านทีมทำโพลสำรวจ มีรูปแบบการสำรวจโดยการหยั่งเสียงสำรวจความ

นิยมในตัวผู้ที่ผู้สมัครฯ (นายวัชระ กำพร) และคู่แข่งกัน เพื่อที่จะหาว่าตนเองหรือคู่แข่งใครมีความนิยมมากกว่าหรือน้อยกว่าในเขตพื้นที่หมู่บ้านใด ทั้งนี้ผลการสำรวจจากทีมงานจะถูกใช้เป็นข้อมูลในการปรับแผนวิธีการต่างๆ ในการรณรงค์หาเสียงเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันให้มากที่สุด ผลข้อมูลที่ได้จากการการหยั่งเสียงของทีมงานสำรวจโพล เป็นไปอย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากผลสำรวจถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดและปรับเปลี่ยนแผนการรณรงค์เพื่อให้สามารถวางแผนได้สอดคล้องกับความเป็นจริงให้ได้มากที่สุด จากผลโพลที่ได้ทำให้ทีมงานสามารถกำหนดปรับแผนรณรงค์ได้อย่างตรงจุดและรวดเร็วทันกับความเปลี่ยนแปลงของทางชุมชนจนนำไปสู่ความสำเร็จในการเลือกตั้งได้อย่างดี

2.4 แนวทางการนำแผนการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งไปปฏิบัติ เป็นอย่างไร สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับนโยบายที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมตามที่ได้กำหนดไว้ เป็นการกำหนดนโยบายที่ทำได้จริง มีความรวดเร็วและสามารถทำต่อเนื่องได้ตลอด เหมาะสมกับพื้นที่ทำให้กลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้มีความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อนโยบายที่กำหนดขึ้นมาให้ได้เป็นอย่างดี

แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง นำไปปฏิบัติกำหนดแผนในการลงสำรวจพื้นที่จริง เน้นการพูดคุยเพื่อนำมาแก้ปัญหาที่ตรงจุดให้กลับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้สึกว่าปัญหาที่ตัวเองได้พบเจอนั้นจะได้รับการแก้ไขเพื่อปัญหาเหล่านั้นไม่เกิดขึ้นในชุมชนหมู่บ้านอีกต่อไป

แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับช่วงเวลาที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ไปปฏิบัติมีความเหมาะสมและทำปฏิบัติได้จริง ทำให้รู้ช่วงเวลาของประชาชนในพื้นที่ว่าควรจะดำเนินการตามแผนการรณรงค์หาเสียงในช่วงเวลาใด ที่จะทำให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับรู้ถึงข้อมูลและข่าวสารจากการลงพื้นที่ในการรณรงค์หาเสียงในแต่ละครั้ง

แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งไปปฏิบัติ นั้น สามารถนำไปใช้ได้จริงตามที่ได้กำหนดไว้ สามารถนำมาเป็นแผนและวิธีการปฏิบัติในการรณรงค์หาเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวทางในการนำแผนที่เกี่ยวกับการติดตามประเมินผลที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งไปปฏิบัติ ทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุด ตรงประเด็น และเป็นปัญหาที่แท้จริงที่ประชาชนได้รับผลกระทบ ซึ่งการนำผลการติดตามประเมินผลมาวิเคราะห์หาข้อสรุปเชิงประจักษ์นั้นเพื่อกำหนดแผนการรณรงค์หาเสียงให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและนำมาวางแผนในการปฏิบัติงานต่อไป

จากข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์มาผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นแนวทางในการนำแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค้การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ไปปฏิบัติ โดยแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงการนำแนวทางในแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค้การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่มาปฏิบัติใช้

แนวทาง	ผลการดำเนินการ
เกี่ยวกับนโยบายที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมตามที่ได้กำหนดไว้ เป็นการกำหนดนโยบายที่ทำได้จริง มีความรวดเร็วและสามารถทำต่อเนื่องได้ตลอด - มีความเหมาะสมกับพื้นที่ทำให้กลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้มีความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อนโยบายที่กำหนดขึ้นมาให้ได้เป็นอย่างดี
เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดแผนในการลงสำรวจพื้นที่จริง เน้นการพูดคุยเพื่อนำมาแก้ปัญหาที่ตรงจุดให้กลับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้สึกว่ปัญหาที่ตัวเองได้พบเจอนั้น จะได้รับการแก้ไขเพื่อให้ปัญหานั้นไม่เกิดขึ้นในชุมชนหมู่บ้านอีกต่อไป

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

แนวทาง	ผลการดำเนินการ
เกี่ยวกับช่วงเวลาที่กำหนดตามแผนการ รณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง	- มีความเหมาะสมและทำปฏิบัติได้จริง ทำให้ รู้ช่วงเวลาของประชาชนในพื้นที่ว่าควรจะ ดำเนินการตามแผนการรณรงค์หาเสียงใน ช่วงเวลาใด ที่จะทำให้ประชาชนในพื้นที่ ได้รับรู้ถึงข้อมูลและข่าวสารจากการลงพื้นที่ ในการรณรงค์หาเสียงในแต่ละครั้ง
เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่กำหนดตามแผนการ รณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง	- สามารถนำไปใช้ได้จริงตามที่ได้กำหนดไว้ สามารถนำมาเป็นแผนและวิธีการปฏิบัติ ในการรณรงค์หาเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น
เกี่ยวกับการติดตามประเมินผลที่กำหนด ตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง	- ทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุด ตรง ประเด็น และเป็นปัญหาที่แท้จริงที่ประชาชน ได้รับผลกระทบ ซึ่งการนำผลการติดตาม ประเมินผลมาวิเคราะห์หาข้อสรุปเชิง ประจักษ์นั้นเพื่อกำหนดแผนการรณรงค์หา เสียงให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและนำมาวางแผน ในการปฏิบัติงานต่อไป

จากการวิเคราะห์แนวทางการนำแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายวัชระ กำ
พรมาใช้จะพบประเด็นต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) เป็นนโยบายที่สามารถเข้าใจได้ง่าย

นโยบายต่างๆ ที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้มีเนื้อหารายละเอียดที่สามารถ
เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สื่อสารแล้วสามารถเข้าใจได้ทันที เช่น นโยบายขยายเขตไฟฟ้าพร้อม
สาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐานครอบคลุมทุกครัวเรือน นโยบายก่อสร้างแหล่งน้ำใหม่เพื่อใช้ใน
การเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ นโยบายห้องสมุดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ทางภาษาที่มี
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยฟรี เป็นต้น เมื่อสื่อสารแล้วผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถนึกตาม
ได้ทันที

2) นโยบายมีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้

การเลือกตั้งครั้งนี้ ผู้สมัครต่างนำเสนอ นโยบายเพื่อเรียกคะแนนนิยมให้ได้มากที่สุด จนเกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ว่า นโยบายที่แต่ละฝ่ายนำเสนอจะสามารถนำไปปฏิบัติเป็นรูปธรรมได้หรือไม่ นายวัชระ กำพรจึงนำเสนอ นโยบายที่มีพื้นฐานมาจากโครงการต่างๆ ที่ได้ดำเนินการแล้วเมื่อในขณะที่ยังดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านหมู่ 5 ของตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ มาพัฒนาและต่อยอดเป็นนโยบายหาเสียงอีกครั้ง เสมือนเป็นการพิสูจน์ให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ได้รับรู้ว่า นโยบายที่นำเสนอสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เช่น นโยบายสนับสนุนให้มีถนนคอนกรีต ครอบคลุมทุกหมู่บ้านที่ได้ดำเนินการไปแล้วบ้างอย่างเป็นทางการในบางหมู่บ้านและนำเสนอเพิ่มเติมด้วยการพัฒนาให้มีถนนคอนกรีตในทุกหมู่บ้านครอบคลุมทั้งตำบลห้วยสัตว์ใหญ่, นโยบายการซ่อมบำรุงถนนลูกรังหลายสายในหมู่บ้านต่างๆ ที่เสร็จสิ้นไปแล้วในหลายเส้นทาง และนำเสนอเป็นนโยบายที่จะดำเนินการอย่างต่อเนื่องในเส้นทางอื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุมเส้นทางในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่, นโยบายมีห้องสมุดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ทางภาษาที่มีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยฟรี ที่ประชาชนไม่จำกัดเพศและวัย สามารถใช้บริการได้ นโยบายเหล่านี้ได้ดำเนินการไปแล้วและเป็นที่ยอมรับของประชาชน ว่าที่ผู้สมัครฯ จึงนำโครงการเหล่านี้มาเสนอเป็นนโยบายอีกครั้ง ด้วยการคงนโยบายเดิมเป็นต้น การนำเสนอ นโยบายด้วยโครงการที่ได้ดำเนินการมาก่อนแล้ว จึงเสมือนการพิสูจน์ให้ประชาชนได้เห็นว่าการนำเสนอนั้น สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

3) เป็นนโยบายที่มุ่งเน้นแก้ปัญหาโดยตรง

จากประสบการณ์ด้านการเมืองท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน ทำให้นายวัชระ กำพร รับรู้ถึงสภาพปัญหาต่างๆ ของประชาชนและสภาพบ้านเมืองในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ประกอบกับการเก็บข้อมูลในพื้นที่ทำให้ว่าที่ผู้สมัครฯ มีความเข้าใจถึงปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดีการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นจึงถูกกำหนดขึ้นผ่านนโยบายที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาโดยตรง เช่น นโยบายซ่อมบำรุงถนนลูกรังหลายสายในหมู่บ้านต่าง ๆ นโยบายการก่อสร้างแหล่งน้ำใหม่เพื่อใช้ในการเกษตร, นโยบายขยายเขตไฟฟ้าพร้อมสาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐานครอบคลุมทุกครัวเรือนในทุกหมู่บ้าน

4) นโยบายทันสมัยรองรับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต

การรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ. 2558ว่าที่ผู้สมัครฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้การนำเสนอ นโยบายจึงกำหนดเนื้อหาให้สามารถรองรับกับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ เช่น นโยบายการฝึกอาชีพ และพัฒนาฝีมือแรงงานประชาชน สตรี ผู้ด้อยโอกาส และประชาชนทั่วไปสนับสนุนให้มีกลุ่มอาชีพใหม่ และกลุ่มอาชีพเดิม เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเป็นนโยบายที่ส่งเสริมให้

ประชาชนได้พัฒนาศักยภาพแรงงานของตนเองเพื่อให้แข่งขันกับฝีมือแรงงานของชาติสมาชิกในกลุ่มอาเซียนได้, นโยบายศูนย์การเรียนรู้ทางภาษาที่มีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาศักยภาพของประชาชนให้สามารถเรียนรู้ภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเตรียมความพร้อมให้ประชาชนสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

ทีมณรงค์หาเสียงเลือกตั้งยังมีการประชุมหารือกันที่บ้านของนายวัชร คำพร โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องเข้าร่วมพร้อมกันทั้งหมด และจะใช้เวลานให้น้อยที่สุด เพื่อให้เหลือเวลาออกไปทำกิจกรรมการณรงค์หาเสียงได้มากขึ้น ซึ่งหลังจากการลงพื้นที่ ทางทีม ศ. สร้างหน่วยสัตว์ใหญ่ จะนำเสนอความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้มาจากการลงพื้นที่ โดยมีการบันทึกการประชุมทุกครั้ง เพื่อให้ง่ายต่อการติดตามผลและสุดท้ายเมื่อมีการลงมติในเรื่องต่างๆ หลังจากได้มติแล้วจะส่งให้นายวัชร คำพรเป็นผู้ตัดสินใจสรุปในขั้นตอนสุดท้ายอีกครั้ง

“เราทำงานแบบลงสำรวจในพื้นที่จริงออกไปพบประชาชนในแต่ละหมู่บ้านของตำบลหน่วยสัตว์ใหญ่ เข้าพูดคุยสอบถามถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและความต้องการของประชาชนในหมู่บ้านนั้นๆ เพื่อนำข้อมูลมาประชุมวิเคราะห์แล้วนำมากำหนดเป็นแผนในการใช้รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในครั้งต่อไป”

(นางสาวพรเพ็ญ สบเหมาะ, สัมภาษณ์ 18-6-2564)

“ผมจะให้ทีมลงพื้นที่ดำเนินการสำรวจโพลในช่วงก่อนการเลือกตั้งประมาณ 7 วัน เพื่อสำรวจกลุ่มเป้าหมายในแต่ละหมู่บ้านว่าฐานเสียงของเราในแต่ละหมู่บ้านมีมากน้อยเพียงใด เพื่อนำจุดด้อยนั้นมาแก้ไขให้ตรงจุดตามที่กลุ่มเป้าหมายในหมู่บ้านนั้นต้องการ”

(พะเยา พูลพิพัฒน์, สัมภาษณ์ 8-6-2564)

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ 5 เป็นบทที่ว่าด้วยสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ เรื่อง การวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 2) การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งโดยสรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะประกอบด้วย สรุปอภิปรายผลการวิจัยด้านสภาพปัญหาและความต้องการการดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกฯ และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คนพบว่า 1) สภาพปัญหาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า ประปา มีการพัฒนาปรับปรุง ซ่อมแซมค่อนข้างช้าและไม่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน 2) สภาพปัญหาการพัฒนาด้านการศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีงบในการจัดจ้างครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถ และวุฒิการศึกษา ที่ตรงตามสาขาวิชา และขาดการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ และแหล่งเรียนรู้ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียน ให้สวยงามทันสมัย และเอื้อต่อการเรียนรู้ 3) สภาพปัญหาการพัฒนาด้านบริการสาธารณสุข ยังขาดการประสานงานที่มีประสิทธิภาพกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และขาดงบประมาณในการสนับสนุนการทำงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 4) สภาพปัญหาการพัฒนาด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากร ยังขาดการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพที่หลากหลายขาดการให้ความรู้เพิ่มเติม และจัดหาตลาดเพื่อรองรับผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกร ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพหลักในตำบล 5) สภาพปัญหาในด้านคุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ ยังขาดการมองสภาพปัญหาในภาพรวม มีเจตคติในทางลบ ไม่รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น และว่าที่ผู้สมัครฯ ยังขาดความรู้และทักษะในการบริหาร ไม่มีวุฒิการศึกษาทางด้าน การเมืองการปกครอง และการบริหาร

จัดการชุมชนขาดความน่าเชื่อถือ ขาดภาวะผู้นำ ตลอดจนยังประสบการณ์การทำงาน ขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารงานท้องถิ่น ใช้คนไม่ถูกกับงาน ทำให้การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ และความต้องการด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครนายกฯ ที่ประชาชนต้องการ มีสรุปไว้ 3 ด้านคือ

- 1) ด้านวิสัยทัศน์ ต้องการให้ผู้ที่จะเข้ามาเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลฯ เข้าใจและเข้าถึงความต้องการของประชาชน มองสภาพปัญหาในภาพรวม จัดการกับแรงกดดันต่างๆ ได้ดี และแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด
- 2) ด้านการศึกษาและความรู้ ต้องการให้ผู้ที่จะเข้ามาเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลฯ มีความรู้ความสามารถรอบด้าน และจบการศึกษาด้านการเมืองการปกครอง หรือการบริหารจัดการชุมชนและท้องถิ่นโดยตรงคุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านบุคลิกภาพ จะต้องมีความน่าเชื่อถือ วางตนเป็นแบบอย่างที่ดีของคนในสังคม มีคุณธรรมจริยธรรม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคนในท้องถิ่น และ
- 3) ด้านประสบการณ์ในการทำงาน ต้องการให้ผู้ที่จะเข้ามาเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลฯ มีประสบการณ์ด้านการบริหาร พัฒนาชุมชนและท้องถิ่น มีการเข้าถึงงบประมาณและบริหารจัดการงบประมาณ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ความ ต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ยังคงต้องการด้านนโยบายในการพัฒนาตำบลให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่ส่วนใหญ่ต้องการปรับภูมิทัศน์สองข้างทาง ซ่อมแซม ถนนที่เป็นหลุมเป็นบ่อ แก้ไขปัญหาระบบน้ำประปา เพิ่มไฟส่องสว่างในทางสาธารณะ และจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งตำบลในด้านการศึกษา ต้องการให้มีการจัดจ้างบุคลากรทางการศึกษาที่มีวุฒิการศึกษาตรงตามสาขาวิชา พัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารให้ทันสมัย ปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการเรียนรู้อยู่เสมอ นอกจากนี้ยังควร จัดหาทุนการศึกษาให้กับนักเรียนอย่างต่อเนื่องด้านบริการสาธารณสุข ต้องการที่จะให้ทางตำบล มีการประสานงานกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จัดงบประมาณสนับสนุนและอบรมให้ความรู้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จัดหารถกู้ชีพฉุกเฉิน ประจำตำบล และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึงและด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากร ต้องการให้ทางตำบลได้มีการจัดให้ความรู้และส่งเสริมอาชีพที่หลากหลาย ให้ความรู้เพิ่มเติมทางด้านวิชาการการเกษตรให้กับกลุ่มเกษตรกร ตลอดจนจัดหาตลาด เพื่อรองรับการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และเพิ่มช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย สำหรับความต้องการด้านพฤติกรรมการสื่อสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งนั้น สามารถรับสารได้จากสื่อเดิมไม่ว่าจะเป็น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ โบปปลิว วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จากสื่อวิทยุกระจายเสียง เนื่องจาก สามารถเข้าถึงบุคคลได้ง่าย เข้าถึงได้ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ และทุกวัย และจากสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจ ไลน์ ไลน์กลุ่ม ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม

เนื่องจาก สามารถเข้าถึงได้ในทุกที่และทุกเวลา สามารถติดตามย้อนหลังได้ และเป็นสื่อที่ใกล้ชิดที่ทำให้รับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วมากขึ้น

1.2 การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คนพบว่า ในการดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ใน 1) **ด้านการเก็บข้อมูล** ไม่ว่าจะเป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ว่าที่ผู้สมัครฯ มีการรวบรวมข้อมูล ตามความต้องการการพัฒนาในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านบริการสาธารณสุข และด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชาชน นอกจากนี้ยังต้องรวบรวมปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาอีกด้วย เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ที่ครอบคลุมทุกการพัฒนา และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพมีวิธีการรวบรวมข้อมูล โดยการเข้าถึงกลุ่มผู้นำหมู่บ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำจากกลุ่มอาชีพต่างๆ ตลอดจนทั้งผู้นำองค์กรและหน่วยงานต่างๆ อีกด้วย โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย การทำแบบสำรวจ การทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง โดยมี ว่าที่ผู้สมัครฯ และทีมวางแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงและมีระยะเวลาอย่างน้อยก่อนการเลือกตั้ง 90 วัน หรือ 6 เดือน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลและจัดทำแผนการทำงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) **การยกร่างแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง** ในด้านการกำหนดนโยบายเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดอย่างชัดเจนและเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่เป็นหลัก มีขอบเขตและสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้อย่างตรงจุด และเป็นนโยบายที่คนในชุมชนได้รับประโยชน์มากที่สุดด้วย โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักที่นอกจากจะเป็นกลุ่มวัยทำงานแล้วยังมีกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งถือเป็นพลังเสียงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังจะเติบโตเข้าสู่วัยทำงานต่อไป เป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายนี้ได้แสดงความคิดเห็นและออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งกันมากขึ้นด้วย โดยมีการดำเนินการช่วงก่อนการเลือกตั้ง ซึ่งเมื่อก่อนได้มีการแจ้งกำหนดวันเลือกตั้งออกอย่างเป็นทางการแล้ว ก็จะดำเนินการกำหนดวันเพื่อเริ่มดำเนินการในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ชัดเจนเสมอ และวิธีการปฏิบัติการยกร่างแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งนั้นเป็นไปตามคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ที่ได้มีการกำหนดแบบแผนอย่างเป็นระบบให้ทุกพื้นที่ดำเนินการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้เพื่อให้ได้ผู้นำที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้ามาทำงานบริหารจัดการชุมชนที่ดีต่อไป ซึ่งจะมีการติดตามผลเป็นรายสัปดาห์ ทั้งด้านที่ดีและไม่ดี เพื่อหาจุดบกพร่องของแผนการดำเนินการและสามารถแก้ไขได้ทันที่เพื่อไม่ให้ทราบถึงเป้าหมายและเป็นไปตามรูปแบบที่ทางคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ได้กำหนดไว้สร้าง

ความโปร่งใสในการเลือกตั้ง 3) การทดสอบแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่มีความเหมาะสมตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เพราะมุ่งเน้นที่กลุ่มเป้าหมายเป็นหลักจึงทำให้การดำเนินงานตามนโยบายบรรลุผลรวมไปถึงสามารถวางแผนงานได้ต่อไปในอนาคต เป็นการรณรงค์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้เด็กรุ่นใหม่ได้ใช้สิทธิ์ด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น โดยมีการกำหนดช่วงเวลาที่มีความเหมาะสมดี เพราะการวางแผนในการรณรงค์หาเสียงมีระยะเวลาอันจำเป็นต้องมีช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อกำหนดแผนได้ตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลตอบรับที่ดี มีการเลือกใช้วิธีการปฏิบัติที่มีความเหมาะสมดีและเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้จากการติดตามประเมินผลมาปรับปรุงแก้ไขแบบเป็นสลับเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป 4) แนวทางการนำแผนการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งไปปฏิบัติสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมตามที่กำหนดไว้ เป็นการกำหนดนโยบายที่ทำได้จริง มีความรวดเร็วและสามารถทำต่อเนื่องได้ตลอด เหมาะสมกับพื้นที่ทำให้กลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้มีความเข้าใจและสามารถตอบสนองต่อนโยบายที่กำหนดขึ้นมาให้ได้เป็นอย่างดีสามารถนำไปปฏิบัติในการกำหนดแผนเพื่อทำการลงสำรวจพื้นที่จริงกับกลุ่มเป้าหมายเน้นการพูดคุยเพื่อนำมาแก้ปัญหาที่ตรงจุดให้กลับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกว่ปัญหาที่ตัวเองได้พบเจอ นั้นจะได้รับการแก้ไขเพื่อให้ปัญหานั้นไม่เกิดขึ้นในชุมชนหมู่บ้านอีกต่อไปในช่วงเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสมและปฏิบัติได้จริง ทำให้รู้ช่วงเวลาของคนในพื้นที่ว่าควรจะดำเนินการตามแผนการรณรงค์หาเสียงในช่วงเวลาใด ที่จะทำให้คนในพื้นที่ได้รับรู้ถึงข้อมูลและข่าวสารจากการลงพื้นที่ในการรณรงค์หาเสียงในแต่ละครั้งด้วยวิธีการปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้สามารถนำไปใช้ได้จริงตามแผนที่ได้กำหนดไว้ สามารถปฏิบัติตามวิธีการที่ได้วางแผนไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และมีการติดตามประเมินผลที่ได้กำหนดไว้ ทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุด ตรงประเด็นซึ่งการนำผลการติดตามประเมินผลมาวิเคราะห์หาข้อสรุปเชิงประจักษ์นั้นเพื่อกำหนดแผนการรณรงค์หาเสียงให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและนำมาวางแผนในการปฏิบัติงานต่อไป

2. อภิปรายผล

2.1 สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการสัมภาษณ์ทั้ง 30 คนพบว่า (1) สภาพปัญหาการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านบริการสาธารณสุข ด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากรซึ่งสภาพปัญหาหลักๆ ที่ทุกหมู่บ้านในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่พบเจอและยังไม่ได้รับการช่วยเหลือ หรือการปรับปรุงแก้ไขที่ดีขึ้น คือการปรับปรุงถนนเพื่อการสัญจรในแต่ละหมู่บ้านให้เดินทางด้วยความสะดวก จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้จะเห็นได้ว่าถนนในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่เกิน 80% ที่ยังคงเป็นถนนดินลูกรัง มีเพียงถนนหลัก ในบางหมู่บ้านเท่านั้นที่เป็นถนนลาดยาง ซึ่งก็เสื่อมโทรม ไม่ค่อยได้รับการปรับปรุงแก้ไข เนื่องจากคนส่วนมากในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องใช้ถนนเพื่อการสัญจรนำพืชผลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรไปส่งจำหน่าย นอกจากนี้ปัญหาแสงไฟส่องสว่างตามเส้นทางที่ต้องสัญจรก็มิได้เพียงพอ และบางครั้งเรือไฟฟ้าและน้ำประปาก็ยังคงเข้าไม่ถึง อีกทั้งพื้นที่ส่วนใหญ่ในแต่ละหมู่บ้านเป็นป่าทำให้ได้รับอันตรายจากฝูงช้างที่ออกมาหากินตามถนน หรือแม้แต่เข้ามาบุกกินพืชไร่จนได้รับความเสียหายทั้งในตอนกลางวันและยามวิกาลทำให้ประชาชนในพื้นที่ต่างก็หวาดกลัว

(2) สภาพปัญหาในด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครฯ ไม่ว่าจะเป็นด้านวิสัยทัศน์ ด้านการศึกษา ความรู้ ด้านบุคลิกภาพ และด้านประสบการณ์ทำงานนั้น ที่ผ่านมามีความเห็นที่เห็นพ้องต้องกันคือ ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงาน มองปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนหมู่บ้านไม่ออก นั่นทำให้ได้รับการแก้ไขปัญหาที่ไม่ตรงจุด ไม่สามารถเข้าถึงใจคนได้ ทำให้คนในชุมชนต่างไม่เคารพเชื่อถือ ส่งผลให้มีทัศนคติในทางลบกับผู้สมัครฯ ที่ผ่านมา (3) ความต้องการด้านคุณลักษณะของว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นในด้านวิสัยทัศน์ ด้านการศึกษาและความรู้ ด้านบุคลิกภาพ ด้านประสบการณ์ในการทำงานนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ คนต่อไปที่คนในหมู่บ้านต้องการนั้น จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารชุมชน สามารถทำอย่างที่พูดได้เป็นอย่างดี แก้ปัญหาได้ตรงจุด ตลอดจนจำเป็นต้องมีประสบการณ์ที่ดีและสามารถพัฒนาและนำพาคนในชุมชนสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไปด้วย (4) ความต้องการเกี่ยวกับนโยบายในการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ด้านบริการสาธารณสุข ด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากรที่ต้องการจากว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไปนั้น คือการปรับปรุงสภาพถนนและภูมิทัศน์สองข้างทางถนนสัญจรทั้งถนนเส้นหลักและถนนเส้นรอง ตลอดจนระบบไปส่องสว่างสองข้างทาง เพื่อให้การเดินทางของคนในชุมชนมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาด้าน

การศึกษาของเด็กในชุมชนให้ได้รับความรู้และมีอุปกรณ์การเรียนที่ดี และด้วยพื้นฐานอาชีพหลักของคนในชุมชนส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรจึงจำเป็นที่ว่าที่นายภฯ คนต่อไปจำเป็นต้องพัฒนาส่งเสริมความรู้ในอาชีพเกษตรของคนในชุมชน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและส่งออกเพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้คนในชุมชนต่อไปในอนาคต (5) ความต้องการด้านพฤติกรรมสื่อสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องส่วนมากยังคงมีความต้องการรับสารจากสื่อเดิม ไม่ว่าจะเป็นป้ายหาเสียง การประกาศเสียงตามสายในชุมชน เพราะการรับสารด้วยวิธีเดิมๆ นี้ เป็นวิธีที่ทุกคนในชุมชนต่างคุ้นเคย ไม่ว่าจะเป็นอาชีพใด เพศอะไร อยู่ในวัยไหน ต่างก็สามารถเข้าใจกับสื่อชนิดเดิมนี้ได้ทุกคนด้วย ลักษณะการใช้ชีวิตของคนในชุมชนส่วนมากการรับสื่อทางออนไลน์จึงยังไม่เข้าถึงและครอบคลุมประชาชนทั้งหมด ด้วยฐานะและความเป็นอยู่จึงทำให้คนในชุมชนติดอยู่กับการรับสารในแบบเดิมกันเป็นส่วนมาก แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชนที่ยังคงต้องการรับสารจากสื่อใหม่ๆ ทางออนไลน์ เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวกในทุกที่ทุกเวลา และเป็นสื่อที่ใกล้ชิดตัวที่สุดแต่อย่างไรก็ตามชาวบ้านก็ยังชอบที่จะรับสื่อเดิมๆ อยู่ด้วยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดประเภทเนื้อหาการนำเสนอข้อมูลของ กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, ทศนีย์ สิงห์เจริญ, วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลและ นิตยา มณีนาถ (2556) พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทางโทรทัศน์มากที่สุด วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ หน่วยงานของรัฐ และน้อยที่สุดคืออื่นๆ ได้แก่ จากผู้นำชุมชน ทางอินเทอร์เน็ต จากเพื่อนบ้าน และจากเสียงตามสายในชุมชน ผู้นำชุมชนรับทราบข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จากสื่อต่างๆ ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นผลให้ผู้นำชุมชนได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งหลายๆ ด้าน มีความเข้าใจที่ถูกต้อง ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีและมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ และ อภิวัฒน์ พรหมขาว (2553) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการเปรียบเทียบกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้งในองค์การบริหารส่วนตำบลปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ใช้และประสบความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้ง ครั้งนี้ คือ กลยุทธ์และวิธีการหาเสียงทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยผู้สมัครทุกคนมีรูปแบบการหาเสียงที่แบบเป็นทางการที่เหมือนกัน ทั้งวิธีการติดป้ายโฆษณา การลงพื้นที่พบประชาชน การใช้รถประชาสัมพันธ์พร้อมติดป้ายผู้สมัครด้วยภาษาถึง 3 ภาษาด้วยกัน คือ ภาษาไทยกลาง ภาษาไทยใหญ่ ภาษาลาหู่ (มุเซอ) และการนำเสนอนโยบายที่คล้ายๆ กัน ทั้งนี้ด้วยความแตกต่างทางด้านเผ่าพันธุ์ในพื้นที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งสองคนได้กำหนดให้ทีมบริหารที่เป็นตัวแทนของแต่ละชนเผ่ามาร่วมทีมงานบริหารกับตนซึ่งพบว่าการนาคนที่ เป็นตัวแทนของกลุ่มชนเผ่าต่างๆ มาร่วมในทีมบริหารนั้นสามารถช่วยเพิ่มคะแนนเสียงให้แก่ทีมของผู้สมัครได้แต่อย่างไรก็ตามความเป็นชนเผ่าพันธุ์นั้นก็ไม่สามารถที่จะสร้างความเป็นชาตินิยมให้ผู้สมัครนั้น ได้รับการเลือกตั้ง เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีความแตกแยกของชนเผ่าทำให้เกิดการ

เปลี่ยนกลุ่มของเป็นลักษณะของการมีผลประโยชน์มากกว่าชาติพันธุ์ สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบว่ามีผลต่อการได้รับการเลือกตั้งอย่างยั่งยืน คือประเด็นเรื่องของการชื่อเสียง ซึ่งการเลือกตั้งครั้งนี้ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าผู้สมัครคนใดนั้นได้ทำการซื้อ เสียงบ้าง แต่เป็นข้อมูลที่ได้รับว่าการเลือกตั้งนั้น ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศมีการซื้อเสียงทุกคนและทุกครั้งด้วย ซึ่งการเลือกตั้งครั้งนี้จะเห็นได้ว่าการใช้ค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้งที่มากกว่าที่คณะกรรมการเลือกตั้งกำหนดโดยการเพิ่มในส่วนของค่าใช้จ่ายส่วนเกินจากทีมงานและการซื้อเสียง นอกจากนี้ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้เลือกตั้งและผู้สมัครรับเลือกตั้ง รวมถึงความชื่นชอบในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ด้วย

2.2 การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาการดำเนินการจัดทำแผนรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งฯ พบว่า ประชาชนในหมู่บ้านตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ส่วนใหญ่ มีความรู้ทางการเมืองเพิ่มขึ้นเป็นอย่างดีจากการหาเสียงของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการหาคนมาทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนมากขึ้น ด้วยการเสนอนโยบายด้านต่างๆ ในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ และจากการลงพื้นที่ในการสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในหมู่บ้านตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งฯ ทำให้ว่าที่ผู้สมัครฯ ได้ทราบถึงปัญหาด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการปรับปรุงซ่อมแซมถนน ระบบประปาภายในหมู่บ้านมีความล่าช้าและไม่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน การศึกษาที่ยังมีการจัดจ้างบุคลากรให้ความรู้ไม่เพียงพอ การบริการด้านสาธารณสุขยังคงขาดงบประมาณในการสนับสนุนเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชนยังขาดการให้ความรู้เพิ่มเติมและการจัดหาตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตรให้กับชุมชนหมู่บ้าน นอกจากนี้ประชาชนในหมู่บ้านห้วยสัตว์ใหญ่ ยังมีทัศนคติกับว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมายังคงขาดความรู้ความเข้าใจ ไม่มีทักษะในการบริหารจัดการชุมชนทำให้การบริหารจัดการไม่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งยังวางตัวให้เป็นที่ไม่น่าเคารพเชื่อถือ ขาดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน ทำให้การบริหารจัดการล้มเหลว ส่งผลต่อคนในชุมชนต่างไม่อยากพากันมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งกัน แต่หากว่าที่ผู้สมัครฯ ได้มีการลงพื้นที่สำรวจปัญหาและความต้องการของประชาชนแล้วก็จะทำให้สามารถนำปัญหาเหล่านั้นไปปรับปรุงแก้ไขและสร้างแผนการรณรงค์หาเสียงให้ความรู้ในการเรื่องการเลือกตั้งที่ดีและเป็นประโยชน์ให้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา พันธุ์เยี่ยม, ทศนี สิงห์เจริญ, วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และ นิตยา มณีนาค (2556) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สิทธิ์การ

เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้นำชุมชน เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้สิทธิ์เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้นำชุมชน เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผู้นำชุมชนติดตามข่าวสารทาง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทางด้าน ทักษะคิดในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประชาชนให้ความสำคัญกับการไม่ซื้อเสียงเป็น ส่วนใหญ่ และด้านความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประชาชนส่วนใหญ่ มีความเข้าใจว่ามีสิทธิเลือกตั้งต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ และด้านพฤติกรรมในการเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรผู้นำมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนไปเลือกตั้งทุกครั้งและยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพร ไกรกัจจวาร์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ความรู้และทัศนคติของผู้นำ ชุมชนที่มีต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี ตาม พรบ. เทศบาล ศึกษาเฉพาะ กรณีเทศบาลเมืองวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การรับรู้ข่าวสารข้อมูล ผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ มีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลจากสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว เพื่อนบ้านและจาก หน่วยงานราชการอื่น อยู่ในระดับมาก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้นำชุมชนต่อการเลือกตั้งสมาชิก สภาเทศบาลฯ มีอยู่ในระดับมากเช่นกัน สำหรับทัศนคติที่มีต่อผู้นำชุมชนมีผลต่อการเลือกตั้ง สมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี ตาม พรบ. เทศบาลนั้น ยังอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติอยู่ในระดับ 0.05 นอกจากนี้ ประชาชนในหมู่บ้านตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ส่วนใหญ่ มีการใช้ข้อมูลที่ได้รับรู้จากสื่อ นามวิเคราะห์คุณสมบัติของว่าที่ผู้สมัครฯ ไม่ว่าจะเป็นการรับสื่อ ทางเก่า จากใบปลิว แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์การหาเสียงต่างๆ หรือแม้แต่การรับสื่อทางใหม่ จากสื่อออนไลน์ต่างๆ ทำให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ จนเกิดความพึง พอใจในสื่อ ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนในหมู่บ้านออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งกันอย่างเต็มใจเพราะเกิด การใช้และความพึงพอใจในสื่อที่ได้รับจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครฯ สอดคล้องกับ งานวิจัยของภาภินี ผ่องขา (2553) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองกรณีการหาเสียงเลือกตั้งซ่อม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต 3 จังหวัดสกลนคร วันที่ 21 มิถุนายน 2552 พบว่า ในการวางแผน เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของทีมงานพรรคภูมิใจไทย ได้วางแผนการรณรงค์ให้มีผู้รับผิดชอบออกเป็น 4 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 มีหน้าที่จัดหาและเตรียม ข้อมูลในพื้นที่เฉพาะให้กับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง กลุ่มที่ 2 มีหน้าที่จัดเตรียมกำหนดการรณรงค์ หาเสียงเลือกตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น วัน เวลา สถานที่ที่ผู้สมัครจะเข้าร่วมกิจกรรมฟังการ ปราศรัยหาเสียง กลุ่มที่ 3 มีหน้าที่จัดเตรียมสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์โดยกำหนดแผนงานการ ประชาสัมพันธ์กับรูปแบบของสื่อที่จะใช้รณรงค์ และ กลุ่มที่ 4 มีหน้าที่ติดตามผล เช่น ผลสะท้อน กลับในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครและคู่แข่ง รวมถึงความนิยมในตัวผู้สมัครรับ

เลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้ผลการวิจัยสรุปว่า ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง คือ บุคลิก ภาษา โดยสื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจประเด็นที่นำเสนอการเน้นเสียงสูง เสียงต่ำ เสียงเบาที่สร้างความเป็นกันเองให้กับผู้ฟัง และ พิศาล พันธเสนีย์ (2553) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้ง วันที่ 4 ตุลาคม 2552 พบว่า กลยุทธ์ที่ใช้หาเสียงเลือกตั้งทั้งในระดับชาติลงมาถึงระดับท้องถิ่นล้วนต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ได้คะแนนแก่ตนเองมากที่สุด โดยกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนำมาใช้หาเสียงประกอบด้วย กลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ 1. กลยุทธ์การใช้ป้ายหาเสียง 2. กลยุทธ์การสื่อสารด้วยคำขวัญ 3. กลยุทธ์นโยบายหาเสียง 4. กลยุทธ์การใช้ห้วคะแนน 5. กลยุทธ์เดินหาเสียงแสดงตน 6. กลยุทธ์การปราศรัย 7. กลยุทธ์การไต่वाที่ 8. กลยุทธ์การอยู่ร่วมกับประชาชน 9. กลยุทธ์การใช้สติกเกอร์หาเสียง 10. กลยุทธ์รณรงค์โฆษณาประกอบเพลงหาเสียง 11. กลยุทธ์เสื้อแดงเพื่อไทย 12. กลยุทธ์ชื่อเสียงวงศ์ตระกูล ซึ่งการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ วันที่ 4 ตุลาคม 2552 ที่ผ่านมาผู้สมัครทั้ง 10 รายได้นำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง แต่ผู้สมัครหมายเลข 2 นายทัศนัย บูรณุปกรณ์ ได้คะแนนสูงสุดชนะการเลือกตั้งทั้งห่างคู่แข่งด้วยคะแนนมากกว่าเกือบเท่าตัว ซึ่งผลคะแนนที่ออกมาทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หมายเลข 2 ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนเป็นจำนวนมากกว่าคู่แข่งนั้น คือการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างจากผู้สมัครทั้ง 9 ราย คือกลยุทธ์การใช้ชื่อเสียงวงศ์ตระกูลและกลยุทธ์เสื้อแดงสังกัดพรรคการเมือง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญส่งผลให้คะแนนนิยมสำหรับหมายเลข 2 ได้รับคะแนนมากที่สุด ซึ่งการใช้กลยุทธ์เสื้อแดงของผู้สมัครหมายเลข 2 นั้น เป็นการแฝงไปด้วยการสังกัดฝ่ายหรือสังกัดพรรคการเมืองอย่างมีนัยยะทางการเมือง (ตามประกาศคณะกรรมการเลือกตั้ง ห้ามไม่ให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นนำชื่อพรรค หรือเครื่องหมายพรรคการเมือง ภาพบุคคลที่เป็นสมาชิกมาใช้ในการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่น) การใช้กลยุทธ์เสื้อแดง นับเป็นกลยุทธ์ที่ชาญฉลาดของผู้สมัครหมายเลข 2 ที่ดึงเอากระแสรักทักษิณและความเป็นท้องถิ่นนิยมมาผสมอย่างถูกที่ถูกเวลา เพราะเห็นว่าชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่รักทักษิณ รักเสื้อแดง โดยไม่ได้แสดงถึงเครื่องหมายของพรรคไทยรักไทยหรือภาพบุคคลที่เป็นสมาชิกหรือผู้ดำรงตำแหน่งของพรรคการเมืองตามที่คณะกรรมการเลือกตั้งกำหนดไว้และด้วยกลยุทธ์เสื้อแดงปลุกกระแสการต่อสู้ของคนเชียงใหม่ที่รักทักษิณ ในลักษณะที่ว่าถ้าเลือกหมายเลข 2 ก็เหมือนกับเลือกคนเสื้อแดงที่รักทักษิณ ที่เป็นการจูงใจให้ช่วยกันสร้างฐานการเมืองของเชียงใหม่เข้มแข็ง กลมเกลียว เพื่อสร้าง โอกาสให้อดีตนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ได้กลับมาและด้วยความสัมพันธ์ทางเครือญาติระหว่างผู้สมัครหมายเลข 2 กับนายปกรณ์ บูรณุปกรณ์ ที่มีผลงานในการเมืองระดับท้องถิ่นอย่างมากมาในอดีตทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 ได้รับคะแนนเสียงจากประชาชนชาวเชียงใหม่อย่างล้นหลาม สรุปได้ว่า จุดสนใจจากกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้สมัครหมายเลข

2 ได้รับการเลือกตั้งคือ กลยุทธ์เสื้อแดงสังกัดพรรคเพื่อไทย ส่วนเส้นทางการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับชาติ ยังคงดำเนินต่อไปตามเส้นทางของประชาธิปไตยโดยอำนาจที่แท้จริงเป็นของประชาชน

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องการวางแผนรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 ว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ควรต้องทำการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ ที่จะเข้ามาบริหารงานในองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่นี้ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.1.2 ว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาในเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา และนำมาเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนการรณรงค์หาเสียงได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

3.2.1 การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ควรคำนึงถึงความหลากหลายของกลุ่มประชาชนในหมู่บ้านที่มีความแตกต่างกันในเรื่องอายุ และวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ทำให้การรณรงค์หาเสียงจำเป็นต้องออกแบบให้เหมาะสมจึงจะประสบความสำเร็จที่จะดึงให้คนทุกกลุ่มในหมู่บ้านมาให้ความสนใจที่จะออกมาใช้สิทธิ์กันมากขึ้น

3.2.2 การวางแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ควรคำนึงถึงความสำคัญต่อความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบและช่องทางการสื่อสารต้องไม่บดบังทัศนะวิสัยการสัญจรของประชาชนในหมู่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นการนำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของตัวเองไปติดบดบังเส้นทางคมนาคมหรือทางเข้าออกของประชาชน ซึ่งเป็นผลทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกไม่พอใจและส่งผลในทางลบที่มีต่อผู้สมัครฯ ได้

3.2.3 ควรมีการส่งเสริมให้ผู้นำชุมชนในหมู่บ้านมีความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้นำชุมชนมีบทบาทที่สำคัญ เป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับคนในชุมชนและสามารถเป็นกระบอกเสียงให้กับคนในชุมชนได้มากที่สุด

3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสังเกต ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรทำการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือหลายรูปแบบเพื่อให้ได้ทราบถึงข้อเท็จจริงของสภาพปัญหาและตรงความต้องการของประชาชนในชุมชนได้มากยิ่งขึ้น

3.3.2 ควรมีการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลกับสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

3.3.3 ควรศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่ตำบลอื่นในจังหวัด เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ และสามารถนำข้อมูลที่ได้มาแก้ไขปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการรณรงค์เลือกตั้งหาเสียงของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในแต่ละพื้นที่ตำบลอื่นให้ตรงเป้าหมายตามที่ประชาชนต้องการ เนื่องด้วยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ เพียงตำบลเดียวเท่านั้น

3.3.4 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการใช้กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งระหว่างระบบแบ่งเขตเรียจเบอร์และแบ่งเขตเบอร์เดียวเพื่อค้นหาประสิทธิภาพของกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ชัดเจนและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ชัดเจนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งต่อไปในอนาคต



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, ทศนี สิงห์เจริญ, วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และนิตยา มณีนาถ. (2556) *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้นำชุมชนเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, กรุงเทพฯ. (พิมพ์ครั้งที่ 1, น. 87. กรุงเทพฯ : กรมศาสนา กรมวิชาการ. (2542). การจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการวิจัย/กองวิจัยทางการศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. พิมพ์ครั้งที่ 1, น. 87. กรุงเทพฯ : กรมศาสนา
- กิตติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร = Introduction to communication*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักส์
- โกวิท พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง. (2547). *มิติใหม่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น: ผู้บริหารท้องถิ่นที่มาจาก การเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน*. (พิมพ์ครั้งที่ 4) แก้ไขเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ : วิญญูชน
- ขวัญหทัย แจ่มแจ้ง (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณ อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2529). *การยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรชาวนาเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ (2562). *กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ.2556*. Journal of MCU Peace Studies Vol.7 No.4, p 1084 – 1097.
- ธีระ งามสูตร. (2535). *แนวคิดและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- นภาพร ไกรกัจจวาร. (2546). *ความรู้และทัศนคติของผู้นำชุมชนที่มีต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาล และนายกเทศมนตรี พ.ร.บ. เทศบาล* แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 11 พ.ศ.2543 ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- นันทนา นันทวโรภาส. (2548). การสื่อสารทางการเมือง : ศีลษากรณี การรณรงค์ หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นิวัฒน์ แก้วประเสริฐ. (2550). ธรรมชาติในมุมมองขององค์การบริหารส่วนตำบล. (สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น
- นันทนา นันทวโรภาส. (2548). การสื่อสารทางการเมือง: ศีลษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ประภาพร ทรัพย์สุวรรณ. (2526). ทศนคติการวัดความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอนามัย. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น. (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2545, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 119 ตอนที่ 107 ก, 17 ตุลาคม 2545, หน้า 1-17
- พรนงค์พิเชฐ แห่งหน. (2551). กระบวนการในการหาเสียงของนักการเมืองท้องถิ่น. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- พนิตกา ศรีคัตนพรหม. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ของวัยรุ่นหญิงในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ
- พีระ จิระโสภณ. (2531). องค์ประกอบและกระบวนการสื่อสาร ใน หลักการและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 11(น. 433-440). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิมพ์ลอย บัจชัยโย. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง "ดาวกระจาย" ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พิศาล พันธุเสนีย์. (2553). กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในวันที่ 4 ตุลาคม 2552. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ภาคินี ผองขำ. (2553). การสื่อสารทางการเมืองกรณีการหาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเขต 3 จังหวัดสกลนคร วันที่ 21 มิถุนายน 2552. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ.(2528). การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร
- รัตน์ เพชรรัตน์. (2556). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2555. (วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- วีระวรรณ จักกระหวัด. (2557). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลของประชาชนในเขต องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ศิริฐนันท์ ไทยานันท์. (2556). กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา: ศึกษาในห้วงเวลาดั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 ถึง พ.ศ. 2554. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ลิตธิพงษ์ เกตุประยูร (2559). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา: ศึกษากรณีการหาเสียงเลือกตั้งปี พ.ศ.2556, (วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- สุพรรณษา อ่ำสุข และทัศนีย์ ทองจันดี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายก อบจ. การบริหารส่วนจังหวัด :ศึกษากรณีการเลือกตั้ง อบจ. การบริหารส่วนจังหวัด นครราชสีมา ปี พ.ศ.2555. สืบค้น 27 กรกฎาคม 2562, จาก : <http://www.mis.krirk.ac.th>.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2553). การสื่อสารกับสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 1).กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลิตธิพงษ์ เกตุประยูร. (2559). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา: ศึกษากรณีการหาเสียงเลือกตั้งปี พ.ศ.2556. (วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์ และคณะ. (2554). การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554:ศึกษาบทบาทพรรคการเมืองและพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

- สุระชัย ชูผลกา. (2554). *สมดุลในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งระหว่างกลยุทธ์การตลาดทางการเมือง กับกลยุทธ์หวัคະແນນในระบบอุปถัมภ์*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่. (2564). ข้อมูลองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่. สืบค้น 15 สิงหาคม 2562, จาก www.huaisatyai.go.th/home.
- Agree, W.K., Ault P.H., & Emery, E. (1976). *Introduction to mass communication*. New York, NY: Harper & Row.
- Gordon Allport. (1975). *Attitude Formation*. Retrieved November 11, 2007. Retrieve from http://www.novabizz.com/NovaAce/Self/Spiritual/Attitude_11.php.
- Katz E. et al.. (1974). Utilization of mass communication by the individual In J.G. Blumer & Katz E (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills, CA.
- Palmgreen, P. (1984). Merging uses and gratifications and expectancy-value theory. *Communication Research*, 11(4) pp. 537-562.
- Patrick Meredith, (1961). *Attitude*. Retrieved October 25, 2009. Retrieve from <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>.
- Rosengren, K. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 269-286). Beverly Hills, CA: Sage.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

**การวิจัย เรื่อง “การวางแผนรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบล
ห้วยสัตว์ใหญ่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”**

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการ
เลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์

2. เพื่อศึกษาการดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของว่าที่ผู้สมัครนายก
องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประเด็นคำถามจำแนกตามวัตถุประสงค์

คำถามข้อที่ 1 สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้ง
ของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร

1.1 ที่ผ่านมา ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีปัญหาการพัฒนาในด้าน
ต่างๆ อย่างไร

+มีปัญหาการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า ประปา อย่างไร

ตอบ.....

+มีปัญหาการพัฒนาด้านการศึกษาอย่างไร

ตอบ.....

+มีปัญหาการพัฒนาด้านบริการสาธารณสุขอย่างไร

ตอบ.....

+มีปัญหาการพัฒนาด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากรอย่างไร

ตอบ.....

1.2 คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัคร นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ ที่ผ่านมามีปัญหาอย่างไร

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหา ด้านวิสัยทัศน์ อย่างไร

ตอบ.....

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหา ด้านการศึกษาและความรู้ อย่างไร

ตอบ.....

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหา ด้านบุคลิกภาพ อย่างไร

ตอบ.....

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ ที่ผ่านมามีปัญหา ด้านประสบการณ์ในการทำงาน อย่างไร

ตอบ.....

1.3 คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัคร นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่คนต่อไป อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ท่านต้องการเป็นอย่างไร

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านวิสัยทัศน์ ที่ท่านต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ.....

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านการศึกษาและความรู้ ที่ท่านต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ.....

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านบุคลิกภาพ ที่ท่านต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ.....

+คุณลักษณะว่าที่ผู้สมัครฯ คนต่อไป ด้านประสบการณ์ในการทำงาน ที่ท่านต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ.....

1.4 นโยบายในการพัฒนา ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ท่านต้องการเป็นอย่างไร

+ นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า ประปา ที่ท่านต้องการ เป็นอย่างไร

ตอบ.....

+ นโยบายด้านการศึกษา ที่ท่านต้องการ เป็นอย่างไร

ตอบ.....

+ นโยบายด้านบริการสาธารณสุข ที่ท่านต้องการ เป็นอย่างไร

ตอบ.....

+ นโยบายด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ของประชากร ที่ท่านต้องการ เป็นอย่างไร

ตอบ.....

1.5 ด้านพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง

+ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง สามารถรับสารช่องทางใดได้บ้าง จากสื่อเดิม (Traditional Media) เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์

ตอบ.....

+ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง สามารถรับสารช่องทางใดได้บ้าง จากสื่อใหม่ (New Media) หรือสื่อออนไลน์ เช่น อีเมลล์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม

ตอบ.....

+ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ต้องการรับสารช่องทางใด จากสื่อเดิม(Traditional Media) เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ เพราะเหตุใด

ตอบ.....

+ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ต้องการรับสารช่องทางใด จากสื่อใหม่ (New Media) หรือสื่อออนไลน์ เช่น อีเมลล์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เพราะเหตุใด

ตอบ.....

คำถามข้อที่ 2 การดำเนินจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร

2.1 ว่าที่ผู้สมัครฯ มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ในด้านต่างๆอย่างไร

+ มีการรวบรวมข้อมูลอะไรบ้าง เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+ มีวิธีการรวบรวมข้อมูลอย่างไร เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+ ใครเป็นผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+ ระยะเวลาในการดำเนินการรวบรวมข้อมูล เพื่อการจัดทำแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

2.2 การยกร่างแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างไร

+การกำหนดนโยบาย ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+การกำหนดช่วงเวลา ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+วิธีการปฏิบัติ ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+การติดตามประเมินผล ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

2.3 การทดสอบแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างไร

+นโยบายในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสม หรือไม่ อย่างไรทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+กลุ่มเป้าหมายในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสม หรือไม่ อย่างไร ทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+ การกำหนดช่วงเวลา ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสม หรือไม่ อย่างไร

ตอบ.....

+วิธีการปฏิบัติ ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสม หรือไม่ อย่างไรทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

+การติดตามประเมินผล ในแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง มีความเหมาะสม หรือไม่ อย่างไรทำไมจึงทำอย่างนั้น

ตอบ.....

2.4 แนวทางการนำแผนการรณรงค์หาเสียงการเลือกตั้งไปปฏิบัติ เป็นอย่างไร

+แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับนโยบายที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ไปปฏิบัติเป็นอย่างไร

ตอบ.....

+แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ไปปฏิบัติเป็นอย่างไร

ตอบ.....

+แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับช่วงเวลาที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ไปปฏิบัติเป็นอย่างไร

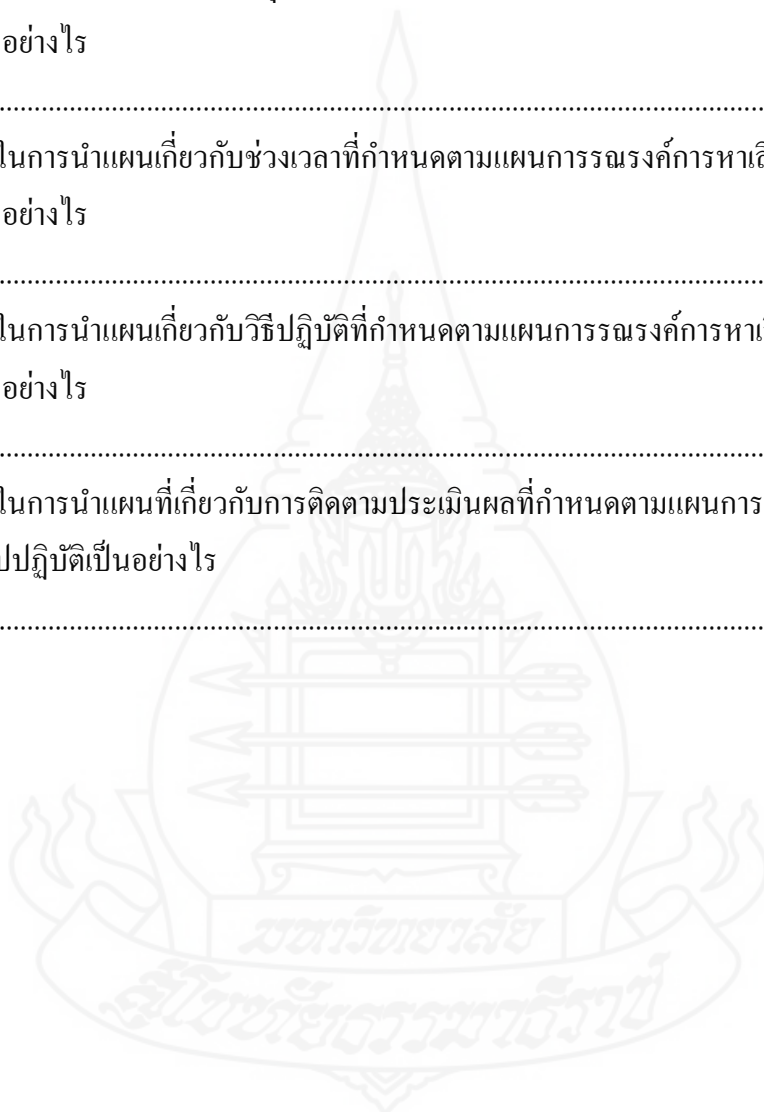
ตอบ.....

+แนวทางในการนำแผนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ไปปฏิบัติเป็นอย่างไร

ตอบ.....

+แนวทางในการนำแผนที่เกี่ยวกับการติดตามประเมินผลที่กำหนดตามแผนการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ไปปฏิบัติเป็นอย่างไร

ตอบ.....



ภาคผนวก ข

ภาพปัญหาจากการลงสำรวจพื้นที่ภายในหมู่บ้านของตำบลห้วยสัตว์ใหญ่





ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลูกรังที่ชำรุดเสียหายและไม่มีไฟฟ้าตามเส้นทางของหมู่ 1



ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลูกรังที่ชำรุดเสียหายและไม่มีไฟฟ้าตามเส้นทางของหมู่ 2



ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลูกรังที่ชำรุดเสียหายและไม่มีไฟฟ้าตามเส้นทางของหมู่ 3



ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลาดยางที่ชำรุดเสียหาย และไม่มีไฟฟ้าตามเส้นทาง ของหมู่ 4 - 5



ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลาดยางที่ชำรุดเสียหายและไม่มีไฟฟ้าตามเส้นทาง ของหมู่ 4 – 8



ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลาดยางที่ชำรุดเสียหาย ของหมู่ 9 – 10



ภาพแสดงเส้นทางสัญจรบนถนนลาดยางที่ชำรุดเสียหาย ของหมู่ 11



ภาพระบบไฟฟ้ายังเข้าไม่ถึงถึงบางครัวเรือนในพื้นที่ หมู่ 3



ภาพระบบไฟฟ้ายังเข้าไม่ถึงถึงบางครัวเรือนในพื้นที่ หมู่ 7



ภาพแสดงระบบไฟฟ้ายังเข้าไม่ถึงถึงขาดไฟส่องสว่างตามเส้นทางสัญจร



ภาพแสดงระบบประปา ที่ชำรุด "ไม่"ได้รับการปรับปรุงซ่อมแซมและไม่เพียงพอต่อจำนวนประชากร



ภาพแสดงศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก อบต.ห้วยสัตว์ใหญ่ หมู่ 3 ไม่เอื้อต่อการศึกษาเรียนรู้



ภาพสภาพโดยรอบของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก อบต.ห้วยสัตว์ใหญ่ หมู่ 3 ไม่เอื้อต่อการศึกษาเรียนรู้



ภาพปัญหาช้างป่าเข้ามากินพืชผลทางการเกษตรขณะขนส่งบนถนนสัญจรในหมู่บ้าน



ภาพปัญหาช้างป่าเข้าทำลายบุกกินพืชผลทางการเกษตร



ภาพปัญหาช้างป่าเข้าทำลายบุกกินพืชผลทางการเกษตร ของเกษตรกรหมู่ 5



ภาพปัญหาช้างป่าเข้าทำลายบุกกินพืชผลทางการเกษตร โครงการอาหารกลางวัน
ในโรงเรียน ตชด.นเรศวรป่าละอู



ภาพปัญหาราคาน้ำนมดิบตกต่ำ ในพื้นที่หมู่ 6 การรองรับน้ำนมจากสหกรณ์โคนมฯ ไม่เพียงพอ



ภาพการลงพื้นที่สำรวจการทำถนนให้ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน เพื่อนำมากำหนดนโยบายโครงสร้างพื้นฐาน



ภาพการลงพื้นที่สนับสนุนการซ่อมบำรุงถนนลูกรังทุกหมู่บ้าน เพื่อนำมากำหนดนโยบาย
โครงสร้างพื้นฐาน



ภาพการลงพื้นที่สนับสนุนการขยายเขตไฟฟ้าพร้อมสาธารณูปโภคอินเทอร์เน็ตไร้สายให้ได้
มาตรฐานครอบคลุมทุกครัวเรือนในทุกหมู่บ้าน เพื่อนำมากำหนดนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน



ภาพการลงพื้นที่สนับสนุนส่งเสริมให้มีส่วนร่วมของกลุ่มองค์กรต่างๆในตำบลเพื่อนำมากำหนดมน
นโยบายด้านกรพัฒนาสังคมและสวัสดิการ



ภาพการลงพื้นที่สนับสนุนสนับสนุนการเพาะปลูกพืชพื้นเมืองและพืชเศรษฐกิจ ตามแนวทาง
พระราชดำริเพื่อนำมากำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายวัชระ กำพร
วัน เดือน ปีเกิด	27 สิงหาคม 2523
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารการปกครองท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถานที่ทำงาน	ต.ห้วยสัตว์ใหญ่ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
ตำแหน่ง	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 5 (บ้านเฉลิมพร) ต.ห้วยสัตว์ใหญ่ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

