

การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด



นางสาวกานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม

คู่มือฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการ

สื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Communication to Gain the Position of Chairman of the Provincial  
Administrative Organization



Miss. KARNSUPANUT SUWANNIKORN

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Innovation for Political and  
Local Administration

School of Communication Arts  
Sukhothai Thammathirat Open University

2023

หัวข้อคุณสมบัติพิเศษ การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
ชื่อและนามสกุล นางสาวกานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม  
แขนงวิชา / วิชาเอก นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น  
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หญทัย ปัญญาวุธตระกูล  
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ  
3. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์

คุณสมบัติพิเศษนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาเอก เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

คณะกรรมการสอบคุณสมบัติพิเศษ

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หญทัย ปัญญาวุธตระกูล)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.มารีสา จันทมาศ)

..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

ชื่อคุณิพนธ์ การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

ผู้วิจัย นางสาวกานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม รหัสนักศึกษา 4631500388

ปริญญา: ปรัชญาคุณิพนธ์ (นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หลทัย ปัญญาวุฒระกุล (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.

กานต์ บุญศิริ (3) รองศาสตราจารย์ ดร.จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ปีการศึกษา 2566

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลหลัก 12 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบเจาะจงประกอบด้วย 1) ผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ต่ำกว่า 2 สมัย จำนวน 3 คน โดยมีภูมิหลังจากตระกูลนักการเมือง จากภาครัฐกิจ และจากองค์กรภาครัฐ 2) ทีมงานสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ๑ ละ 2 คน รวม 6 คน และ 3) นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดประกอบด้วย (1) ด้านความรู้ ประสบการณ์การเมือง เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ชำนาญในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ มีความเข้าใจเรื่องกฎระเบียบของทางราชการ มีประสบการณ์ทางการเมือง เป็นบุคคลที่ประชาชนในพื้นที่คุ้นเคย (2) ด้านบุคลิกภาพ การสื่อสารและการมีส่วนร่วม มีบุคลิกภาพดี พูดจาชัดเจน น่าเชื่อถือ ใช้ภาษาเข้าใจง่าย แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมกับความเรียบร้อยและปัญหาของคนในพื้นที่ เป็นผู้รับฟังที่ดี (3) ด้านคุณธรรมความโปร่งใส และความมุ่งมั่น มีคุณธรรม ซื่อตรง โปร่งใส มุ่งมั่นในการแก้ปัญหาของประชาชน และดำเนินงานให้สำเร็จเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ประกอบด้วย (1) การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง โดยการออกแบบเนื้อหาสาระที่สร้างให้เกิดการจดจำ (2) การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร โดยการสร้างความสัมพันธ์ การใช้สื่อที่หลากหลายช่องทาง และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (3) การสื่อสารนโยบาย ใช้กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาสาระที่กระตุกความสนใจของประชาชน การสร้างเครือข่ายเพื่อการสื่อสาร การใช้สื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทของคนในพื้นที่ (4) การสื่อสารผลงาน ใช้กลยุทธ์สร้างเนื้อหาสาระที่อยู่ในความสนใจของประชาชน และใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คือ (1) การสื่อสารคุณลักษณะ ควรมีการประเมินคุณลักษณะของตนเองเพื่อวางแผน ปรับให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ พัฒนาทักษะด้านการพูด การวิเคราะห์ผู้ฟัง การกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร การเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม รู้จักคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนออย่างเหมาะสม (2) การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ควรมีการกำหนดเนื้อหาการสื่อสารจากความต้องการของประชาชน และมีความเข้าใจในบริบทการเมืองระดับท้องถิ่น ชัดและนานาชาติ (3) การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร โดยการสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม เข้าใจกฎระเบียบต่าง ๆ ของราชการและสื่อสารไปยังประชาชนได้ (4) การสื่อสารนโยบาย ควรมีการกำหนดเนื้อหาในการสื่อสารนโยบายควรกำหนดจากปัญหา หรือความต้องการของประชาชนและการสื่อสารให้เชื่อมโยงสอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน และ (5) การสื่อสารผลงาน ควรนำเสนอจากผลงานที่เป็นรูปธรรม มีความสม่ำเสมอในการสื่อสาร และเน้นย้ำประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากผลงาน

**คำสำคัญ** การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งและคุณลักษณะทางการเมือง กลยุทธ์การสื่อสาร นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

Dissertation title: “Communication to Gain the Position of Chairman of the Provincial Administrative Organization”

Researcher: “Miss. KARNSUPANUT SUWANNIKORN”; ID: “4631500388”;

Degree: Doctor of Philosophy (Communication Innovation for Political and Local Administration);

Dissertation advisors: (1) Dr. Hareuthai Panyawuttrakul, Assistant Professor (2) Dr. Karn Boonsiri, Assistant Professor (3) Dr. Jitraporn Sudhivoraseth, Associate Professor , Academic year: 2023

### Abstract

The objectives of this research were to study 1) communication of the characteristics of a candidate for the position of chairman of a provincial administrative organization (PAO); 2) communication strategies to win an election for the position of PAO chairman; and 3) approaches for developing better communications for running for the position of PAO chairman.

This research used the qualitative research method of in-depth interviews. There were 12 key informants, chosen through purposive selection, consisting of 1) 3 individuals who had held the position of PAO chairman for at least 2 terms and who had a background of coming from a family of politicians or from the business sector or from the civil service, 2) 6 people working for the communication teams of PAO chairmen (2 from each province), and 3) 3 academics working in the field of political communication.

The results showed that 1) Communication of the characteristics of a candidate for the position of PAO chairman consisted of: (1) knowledge and political experience – the candidate was presented as knowledgeable, capable, expert in systematic planning, with a good understanding of bureaucratic rules and procedures, with political experience, and a person with whom the local people are already familiar; (2) personality – the candidate was presented as a good communicator who participates in local events, an upstanding character who speaks clearly in an easy-to-understand way, is credible, demonstrates involvement in local people’s way of life and problems, and is a good listener; (3) morals and transparency – the candidate was presented as ethical, honest, transparent, determined to solve the people’s problems, and willing to work to achieve success for the good of the people. 2) Communication strategies to win the election for the position of PAO chairman consisted of: (1) communicating political vision – designing content that is easy to remember; (2) communicating administrative vision – building relationships, using many diverse communication channels, and using participatory communication; (3) communicating policies – creating content that sparks the interest of the people, building communication networks, using activity media that matches the local people’s context; and (4) communicating results – creating content with topics that are in the public eye, and utilizing diverse communication channels. 3) Approaches for developing better communications for running for the position of PAO chairman consisted of: (1) for communicating the characteristics of the candidate, the candidate’s characteristics should first be evaluated in order to make plans that focus on qualities that are suitable and important to the local people; the candidate’s speaking skills should be honed; the target audiences should be analyzed; goals should be set; and the most appropriate communication channels, topics and style of content should be chosen; (2) for communicating political vision, topics to be communicated should be set based on the needs of the citizens, and there should be a good understanding of the contexts of local politics, national politics and global politics; (3) for communicating administrative vision, efforts should be made to let people see tangible changes and understand the relevant bureaucratic regulations and systems; (4) for communicating policies, content should be determined based on the topics of public interest and current problems faced by the populace, and communication should be compatible with the present political and social context; and (5) for communicating results, communication should be done regularly and should show tangible results, with an emphasis on how the local people benefit from the projects.

**Keywords :** Campaign communication, Communication of the characteristics of a candidate, Communication strategy, Chairman of the provincial administrative organization

## กิตติกรรมประกาศ

การทำคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.ทฤทัย ปัญญาภูมิตระกูล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำคุษฎีนิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมานับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ อันประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภาชน์ ประธานกรรมการสอบ และกรรมการอีกสองท่าน ประกอบด้วยรองศาสตราจารย์ ดร.จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ และ ดร.มาริสา จันทมาศ ที่สละเวลาสอบปกป้องคุษฎีนิพนธ์ได้เมตตาและกรุณาให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดทุกท่าน และทีมงานการสื่อสารที่เสียสละเวลาอันมีค่าร่วมมือให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารทางการเมือง รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว อาจารย์ประจำสาขาานเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์การ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และ อาจารย์ ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวีรัฐพัฒน์ นักวิชาการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นได้มีกรณาร่วมให้คำปรึกษาด้วยความเมตตาในการทำคุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่าน บรรดามิตรสหายร่วมรุ่นที่เป็นกำลังใจและแรงผลักดันในการสู้กับอุปสรรค และขอบคุณครอบครัวที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ตลอดมาในการทำคุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นางสาวกานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย .....   | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....  | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ .....   | ฉ    |
| สารบัญตาราง .....   | ฅ    |
| สารบัญภาพ .....   | ญ    |
| บทที่ 1 บทนำ .....  | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....   | 1    |
| คำถามการวิจัย.....  | 6    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....  | 6    |
| กรอบแนวคิดการวิจัย.....   | 7    |
| ขอบเขตการวิจัย.....   | 7    |
| นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ.....   | 8    |
| ประโยชน์ที่ได้รับ.....  | 10   |
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....  | 11   |
| แนวคิดการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด.....                     | 11   |
| แนวคิดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น.....                                   | 13   |
| แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด..... | 19   |
| การสื่อสารวิสัยทัศน์.....   | 20   |
| การสื่อสารนโยบาย.....   | 22   |
| การสื่อสารผลงาน.....  | 25   |
| แนวคิดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.....   | 27   |
| ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ.....   | 29   |
| ทฤษฎีการกำหนดวาระสารและการวางกรอบสาร.....   | 31   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....  | 34   |

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....   | 45   |
| ผู้ให้ข้อมูลหลัก .....  | 45   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....   | 46   |
| การเก็บรวบรวม.....  | 48   |
| การตรวจสอบเครื่องมือ.....   | 49   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 49   |
| การนำเสนอข้อมูล.....  | 51   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 51   |
| ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด.....      | 51   |
| ส่วนที่ 2 ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด.....        | 81   |
| ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด..... | 117  |
| ส่วนที่ 4 องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย.....   | 128  |
| บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....   | 130  |
| สรุปผลการวิจัย.....   | 130  |
| อภิปรายผลการวิจัย.....  | 137  |
| ข้อเสนอแนะ.....   | 159  |
| บรรณานุกรม.....   | 161  |
| ภาคผนวก.....  | 171  |
| ก เครื่องมือสำหรับการวิจัย.....   | 172  |
| ข จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์.....   | 178  |
| ประวัติผู้วิจัย.....  | 181  |



สารบัญตาราง

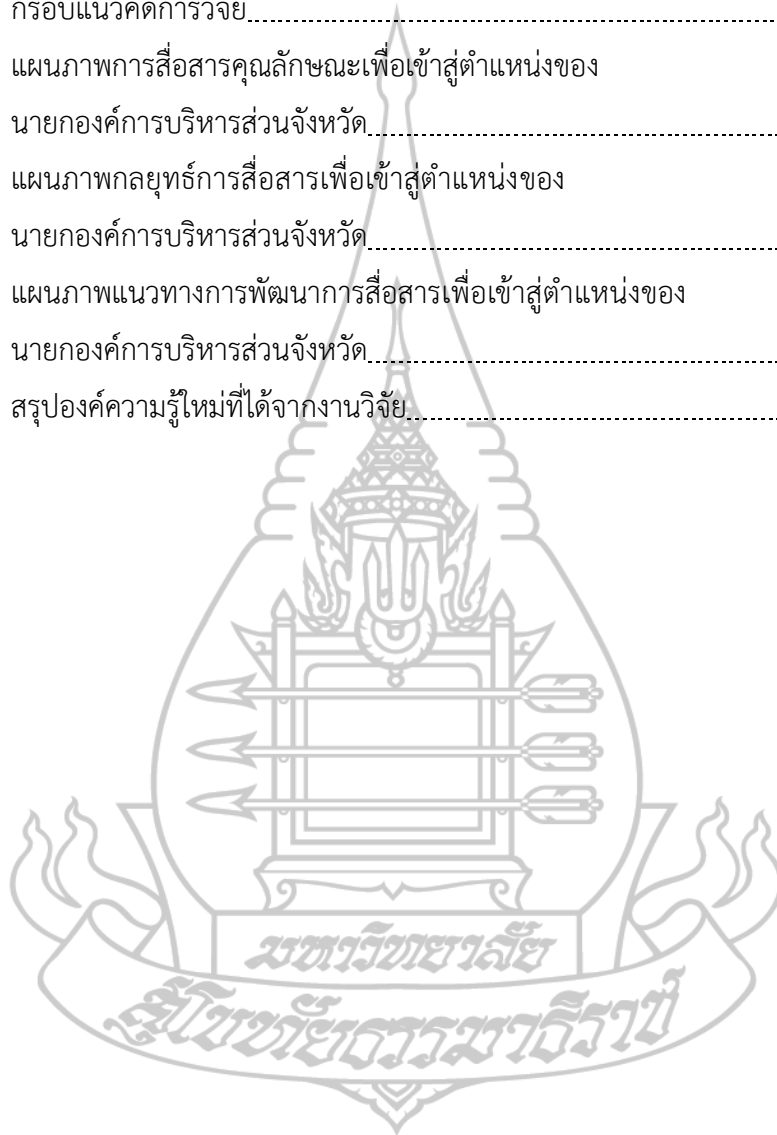
หน้า

ตารางที่ 4.1 ตารางเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหาร  
ส่วนจังหวัด..... 115



## สารบัญภาพ

|  | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....   | 7    |
| ภาพที่ 4.1 แผนภาพการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด.....      | 80   |
| ภาพที่ 4.2 แผนภาพกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด.....        | 114  |
| ภาพที่ 4.3 แผนภาพแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ<br>นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด..... | 126  |
| ภาพที่ 4.4 สรุปลองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย.....  | 128  |



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกระจายอำนาจการเมืองการปกครอง คือ การโอนหรือ โยกย้ายอำนาจหน้าที่จาก ส่วนกลางของรัฐไปสู่ท้องถิ่น โดยเป็นการแก้ไขข้อบกพร่องของการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจ ที่ให้ ความสำคัญกับราชการส่วนกลางในการบริหารราชการแผ่นดินทั้งในเชิงโครงสร้าง และการตัดสินใจ ดำเนินการต่าง ๆ จากข้าราชการและผู้เชี่ยวชาญให้เป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบาย แต่ไม่ตอบสนอง ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังไม่เป็นไปตามหลักประชาธิปไตยที่เป็นการกีดกัน การแสดงความคิดเห็นของประชาชนในการมีส่วนร่วมเสนอแนะนโยบายและปัญหาที่ท้องถิ่นเผชิญ (วุฒิสภา ต้นไชย, 2557) โดยหลักการกระจายอำนาจนี้ เป็นการลดอำนาจของราชการบริหารส่วนกลาง เนื่องจากได้มีการมอบอำนาจบางส่วนให้องค์กรปกครองท้องถิ่น สามารถบริหารงานท้องถิ่นด้วยตนเอง มีความอิสระในการดำเนินการและขับเคลื่อนนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงเป็นรากฐานที่สำคัญของระบอบประชาธิปไตยโดยมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การปกครองส่วนท้องถิ่นพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้า พัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วทั้งในด้าน การเมือง การบริหารจัดการ การบริหารบุคลากร การจัดการทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ชุมชน และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ก็จะกลายเป็นองค์กรที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการบริหารทรัพยากรและการพัฒนาท้องถิ่น และเมื่อท้องถิ่นเกิดการพัฒนาแล้วก็จะนำไปสู่การ พัฒนาระดับชาติในที่สุด

2. การปกครองส่วนท้องถิ่นจะนำไปสู่การเกิดความตื่นตัวทางการเมืองของประชาชนใน ระดับรากหญ้า เป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชน รู้จักสิทธิเสรีภาพ รู้จักการเรียกร้อง รู้จักการต่อรอง และป้องกันสิทธิของตน เปรียบเสมือนการฝึกหัดประชาธิปไตยและการปกครองตนเอง หรือเรียกว่า โรงเรียนสอนประชาธิปไตยแก่ประชาชน ในระดับรากหญ้านั่นเอง

3. มีความสำคัญในการพัฒนาวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ให้หยั่งรากลึก ลงไปในชุมชนชนบทและเข้าไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมทางการเมืองของประชาชนในระดับ รากหญ้าให้ได้อย่างมั่นคงและแข็งแกร่ง ซึ่งจะเป็นรากฐานของประชาธิปไตยใน ระดับชาติต่อไป

การปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2534 มาตรา 70 ได้แบ่งการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล สุขาภิบาลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่นตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา ต่อมาในปี พ.ศ.2537 ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 จึงเกิดการปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มขึ้นนั่นคือองค์การบริหารส่วนตำบล และได้มีพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะสุขาภิบาลเป็นเทศบาลใน พ.ศ. 2542 (โกวิท พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง, 2547) ซึ่งการเกิดกฎหมายดังกล่าวทำให้สภาตำบลที่มีรายได้เฉลี่ยติดต่อกันเกิน 3 ปี ปีละ 150,000 บาทสามารถยกฐานะตนเองขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลได้ จนแทบทุกพื้นที่นอกเหนือเทศบาลและสุขาภิบาลกลายเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลไปทั้งหมด รายได้และพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดได้รับผลกระทบอย่างมาก จนเมื่อปี พ.ศ. 2540 มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดขึ้น โดยกำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีพื้นที่ครอบคลุมทั้งจังหวัด และซ้อนทับพื้นที่ของเทศบาลองค์การบริหารส่วนตำบลและสุขาภิบาล มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด และกำหนดให้มีวาระ 4 ปี และการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดคือการจัดให้นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน ไม่ได้มาจากการแต่งตั้งโดยตำแหน่งเช่นที่ผ่านมา ดังนั้นเมื่ออำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ และรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องมีความพร้อมในการบริหารจัดการทั้งเรื่องรายได้และความรับผิดชอบอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบโจทยปัญหาของประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่จะเข้ามาบริหารการเมืองท้องถิ่นที่มาจากกรเลือกตั้งจึงต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติ และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เป็นคนที่มีทัศนคติและพฤติกรรมที่ดี มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีวิสัยทัศน์ และมีความรับผิดชอบต่อประโยชน์ของส่วนรวม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ผู้นำทางการเมืองในระดับท้องถิ่น เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารงาน และดำเนินนโยบายด้านต่าง ๆ ในการที่จะรักษา พัฒนา และต่อยอดประเพณี ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นตนเอง รวมไปถึงพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ก้าวทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน ผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้นำหรือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารงาน การจัดสรรทรัพยากรของชุมชน และการพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมาก การปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จได้นั้นต้องได้รับความร่วมมือและที่ยอมรับของจากทุกฝ่าย ทุกส่วนงาน โดยเฉพาะผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนับว่ามีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากเป็นผู้ประสานงานกับทุกท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัด และเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับประชาชน ดังงานวิจัยของ สิงห์ สิงห์ขจร (2560) ที่กล่าวว่าทักษะการสื่อสารเพื่อบริหารงานด้าน

ต่าง ๆ ต้องสามารถสื่อให้คนในแต่ละระดับเข้าใจ เพื่อเป็นสื่อกลางในการส่งผ่านความต้องการของประชาชนไปยังผู้บริหารที่อยู่ระดับสูงขึ้นไปและงานวิจัยของเพ็ญจันทร์ ล้อจักรชัย (2561) เรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองของนักวิชาการ ที่กล่าวว่าการสื่อสารนโยบายจะต้องสื่อสารให้ตรงใจและถูกใจประชาชนและการนำเสนอนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริง

คุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองหรือนักการเมืองที่ดีมี 5 ประการ ตามที่ ลิขิต ธีรเวคิน (2548) ได้กล่าวไว้ คือ 1) ความผูกพันทางอุดมการณ์ (Ideological commitment) ผู้นำทางการเมืองที่ดีต้องมีความเชื่อและศรัทธาในประชาธิปไตย ต้องมีความเข้าใจ ปฏิบัติตามกติกา และรักษาไว้ซึ่งความเป็นประชาธิปไตย 2) ต้องมีจริยธรรมทางการเมือง (Political ethics) โดยจริยธรรมทางการเมืองจะเกี่ยวข้องกับความถูกต้องตามกฎหมาย ความชอบธรรมทางการเมือง และความน่าเชื่อถือรวมทั้งศรัทธา การกระทำอันใดก็ตามถึงแม้จะถูกต้องตามกฎหมายจะต้องพยายามหลีกเลี่ยงถ้าเกิดผลเสียตามมา จริยธรรมทางการเมืองจะเป็นเครื่องชี้แนวทางในการปฏิบัติ ในขณะที่อุดมการณ์ทางการเมืองจะทำหน้าที่เสมือนจิตวิญญาณของระบบการเมืองในภาพรวม 3) ความรู้ทางการเมือง (Political knowledge) หมายรวมทั้งความรู้ทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม จากแนวคิดที่ว่า การบริหารประเทศนั้นจะต้องกระทำโดยบุคคลที่มีความรู้ทางการเมือง อันรวมถึงความรู้ทางสังคมด้วย ขณะเดียวกันก็ต้องมีความรู้เรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ ทั้งเศรษฐกิจภายในประเทศและระหว่างประเทศ แต่ที่สำคัญจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องปรัชญาทางการเมือง ซึ่งปรัชญาทางการเมืองนั้นจะรวมทั้งอุดมการณ์และจริยธรรมเพื่อเป็นเครื่องชี้นำในการปฏิบัติ หากไม่มีความรู้ที่ชัดเจนแล้วนั้นจะทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาด และเกิดผลเสียต่อประเทศได้ 4) ผู้นำทางการเมืองหรือนักการเมืองที่ดีจะต้องมีประสาทสัมผัสทางการเมือง (Political sense) สามารถเข้าใจสถานการณ์ทางการเมือง ซึ่งอาจส่งผลแง่ดีหรือแง่ร้ายนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะการอ่านสถานการณ์ทางการเมืองที่ผิดพลาดอาจจะนำไปสู่ความสูญเสียอย่างมหาศาล เหมือนก้อนหินที่ถูกโยนลงในน้ำสามารถส่งแรงกระเพื่อมที่ใหญ่ได้ และ 5) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอารมณ์ทางการเมือง (Political mood) เนื่องจากการไม่เข้าใจอารมณ์ทางการเมืองของสังคม ย่อมหมายความว่า การขาดประสาทสัมผัสที่ดีทางการเมืองอันนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ สอดคล้องกับ สุชานุช พันธนิยะ (2563) ที่กล่าวว่าคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์มี 5 ด้าน 1) ด้านบุคลิกภาพ ต้องเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิด กล้าตัดสินใจ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ สามารถครองตนให้เหมาะสมกับหน้าที่การงาน มีความอ่อนน้อมถ่อมตน รวมไปถึงการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ถูกต้องตามกาลเทศะที่ควรจะเป็น 2) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม มีความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน มีจิตสาธารณะเสียสละเพื่อส่วนรวม มีความจริงใจและรักษาคำพูดตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับประชาชน ไม่ใช้อำนาจหน้าที่ในทางทุจริตหรือเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน มีความซื่อสัตย์ ทำงานอย่างโปร่งใส 3) ด้านการบริหาร คือการมีความรู้ในเรื่องกระบวนการ ขั้นตอน วิธีในการบริหารงาน บริหารจัดการ

ทรัพยากรและงบประมาณที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และมีเป้าหมายในการดำเนินงาน มีความสามารถในการมอบหมายงานได้อย่างเหมาะสมกับคนภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ 4) ด้านวิสัยทัศน์ คือการมีความสามารถในการมองการณ์ไกลในด้านการพัฒนางาน มีการกำหนดเป้าหมายในระยะยาว สามารถติดตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา มีความยึดมั่นในอุดมการณ์และกำหนด แผนนโยบายที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม 5) ด้านประสบการณ์ในการทำงาน มีประสบการณ์หรือมีความรู้ด้านการปกครองท้องถิ่นเป็นอย่างดี มีความเข้าใจในระบบราชการ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาที่สนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง มีประสบการณ์ในการลงพื้นที่และรู้จักลักษณะทางกายภาพของท้องถิ่นเป็นอย่างดี มีประสบการณ์ และทักษะในการสื่อสารระดับท้องถิ่น เข้าใจอัตลักษณ์ท้องถิ่น และได้รับการยอมรับจากประชาชนใน ท้องถิ่น

การสื่อสารเป็นกุญแจสำคัญในการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนข้อมูล ความต้องการ ความรู้สึก จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อหวังผลให้เกิดความคิด การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม หรือเพื่อให้ทำตาม ความต้องการ (Schramm, 1974 อ้างถึงใน ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ และ พรพิมล สงกระสัน 2564) โดยการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเลือกตนเองเข้าไปเป็น ตัวแทนในการทำหน้าที่บริหารจัดการท้องถิ่นผ่านการเลือกตั้ง โดยผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องมีศักยภาพ ในตัวเอง มีคุณลักษณะเป็นที่ต้องการของประชาชน มีทักษะที่จำเป็นอย่างครบถ้วน และที่จะขาด ไม่ได้คือการที่จะสื่อสารออกไปให้ประชาชนได้รับรู้ถึงคุณลักษณะของตน รวมไปถึงการมีกลยุทธ์ใน การสื่อสาร เพื่อให้ได้รับชัยชนะและเข้าสู่ตำแหน่งได้ในท้ายที่สุด อาจใช้การสื่อสารโน้มน้าวใจในการ สื่อสารกับประชาชน มีองค์ประกอบพื้นฐาน ดังนี้ (อรวรรณ ปิลันธน์โสภาท, 2554) 1) ผู้ส่งสารแต่ละ คนมีปัจจัยที่แตกต่างกันจึงมีการโน้มน้าวไม่เหมือนกัน เช่น ความน่าเชื่อถือ อำนาจ สัมพันธภาพ 2) สารแต่ละชนิดมีลักษณะในการใช้โน้มน้าวใจที่แตกต่างกัน การพูด การเขียนเนื้อหา ภาษา 3) สื่อมี ลักษณะการโน้มน้าวใจต่างกัน เช่นการสื่อสารระหว่างบุคคล กับสื่อสารผ่านสื่อ 4) ภายใต้สถานการณ์ ที่ผู้รับสารเผชิญแตกต่างกันจะมีผลต่อการโน้มน้าวใจที่แตกต่างกัน 5) องค์ประกอบภายในตัวของผู้รับ สาร เช่น ลักษณะทางประชากร อายุ เชื้อชาติ อาชีพ ทัศนคติ ความรู้ อารมณ์ วิธีการรับรู้ มีความ ละเอียดอ่อนต่อการถูกโน้มน้าวใจที่แตกต่างกันไป การโน้มน้าวใจที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้อง อาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง ทั้งในด้านของคุณลักษณะ โดย อริสโตเติล ได้อธิบายถึงหลักการโน้มน้าวใจไว้ว่า 1) บุคลิกของผู้พูดเป็นส่วนที่ผลที่สุดต่อการโน้มน้าวใจ ผู้พูดจะต้องมีสติปัญญา ไหวพริบ มีปัญหาที่เฉียบแหลม ผู้พูดต้องแสดงให้เห็นได้ถึงความจริงใจและปรารถนาดีต่อผู้ฟัง และผู้พูดต้อง แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่ตั้งมั่นในศีลธรรมความดี รักความยุติธรรม กล้าหาญ มีเมตตากรุณา รักษาคำพูด 2) อารมณ์ความรู้สึกที่ผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังรู้สึกตามไปด้วย เช่น ความโกรธ ความกลัว ความสงสาร เป็นต้น 3) เหตุผลที่ผู้พูดนำมาเสนอให้แก่ผู้ฟัง ซึ่งผู้พูดจะต้องมีการเตรียมตัวในส่วนของคุณลักษณะ เช่น



การยกตัวอย่าง การใช้สถิติ การใช้พยาน การเปรียบเทียบ การพรรณนา หรือแม้แต่การบอกเล่าเพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น และการแสดงเหตุผลให้ผู้ฟังคล้อยตามข้อมูลที่รับรู้ จะเห็นได้ว่านอกจากการเป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่เป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไปแล้ว การจะโน้มน้าวให้ประชาชนหันมาลงคะแนนเสียงให้ตนยังต้องประกอบด้วยการสื่อสารที่ถูกต้อง มีการคำนึงถึงทุกองค์ประกอบของสาร และมีการวางแผนการใช้สื่อที่ดี ต้องคำนึงถึงสภาพของผู้รับสารด้วย กล่าวคือจะต้องมีการวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารที่เหมาะสม การสื่อสารนั้นจึงจะประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากผู้ที่เข้ามาดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาและแก้ปัญหาในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนนั้นต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนการลงคะแนนเสียงเพื่อเลือกผู้แทนของตน จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของสิงห์ สิงห์ขจร (2560) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยได้ศึกษาในประเด็นของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น สุขานุช พันธนิยะ และฮาซันอักริม ดงนะเต็ง (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง โดยได้ศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง จังหวัดตรัง ที่มีต่อคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ และนิชาวดี ตานีเห็ง (2560) ที่ศึกษารูปแบบการใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เปรียบเทียบรูปแบบการใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงาน ศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะการสื่อสารที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่ายังไม่มีการศึกษาในส่วนของผู้ที่ลงสมัครรับเลือกตั้งและอยู่ในตำแหน่งที่มีภูมิหลังที่แตกต่างจากทั้งอาชีพ ประวัติการทำงาน หรือแม้แต่ครอบครัว เพราะนอกจากคุณลักษณะความเป็นผู้นำที่แสดงออกมาให้เห็นจากตัวผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งแล้ว ประชาชนยังใช้ข้อมูลภูมิหลังเป็นส่วนประกอบในการช่วยตัดสินใจด้วย เนื่องจากภูมิหลังของผู้รับสมัครนี้เองที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคล รวมไปถึงการรับรู้ของประชาชน และความน่าเชื่อถือในการทำงานด้วย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาผู้ที่เข้าสู่ตำแหน่งจากบุคคลผู้ที่มีภูมิหลังที่แตกต่างกันในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง

นอกจากนี้ในการศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากบุคคลที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน เพื่อที่จะได้องค์ความรู้ในการสื่อสาร และเป็นแนวทางให้ผู้มีความรู้ความสามารถที่มีความสนใจในการเข้าสู่การเมืองเพื่อพัฒนาประเทศ มีโอกาสในการเข้าสู่ตำแหน่งมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเคยมีประสบการณ์ในการทำงานการเมืองมาก่อนหรือไม่ ก็จะสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปศึกษาและนำไปเป็นแนวทางในการสื่อสารได้ การเปิดกว้างให้มีความหลากหลาย

ของบุคคลที่เข้าสู่การเมืองถือได้ว่าเป็นการสนับสนุนความเป็นประชาธิปไตยให้เกิดขึ้น เพราะทุกคนที่มีภูมิหลังแตกต่างกันก็มีสิทธิและโอกาสในการเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองได้เช่นกัน หากทราบถึงแนวทางในการสื่อสารที่ถูกต้อง และตรงกับประชาชน ก็จะสามารถลงสมัครเพื่อเข้าแข่งขันได้อย่างมั่นใจขึ้นอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด จากผู้ที่มีภูมิหลังแตกต่างกันโดยมาจากผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง ผู้ที่อยู่ในภาคธุรกิจ และผู้ที่มาจากองค์กรภาครัฐ โดยมุ่งเน้นศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดต่อไป

## 2. คำถามการวิจัย

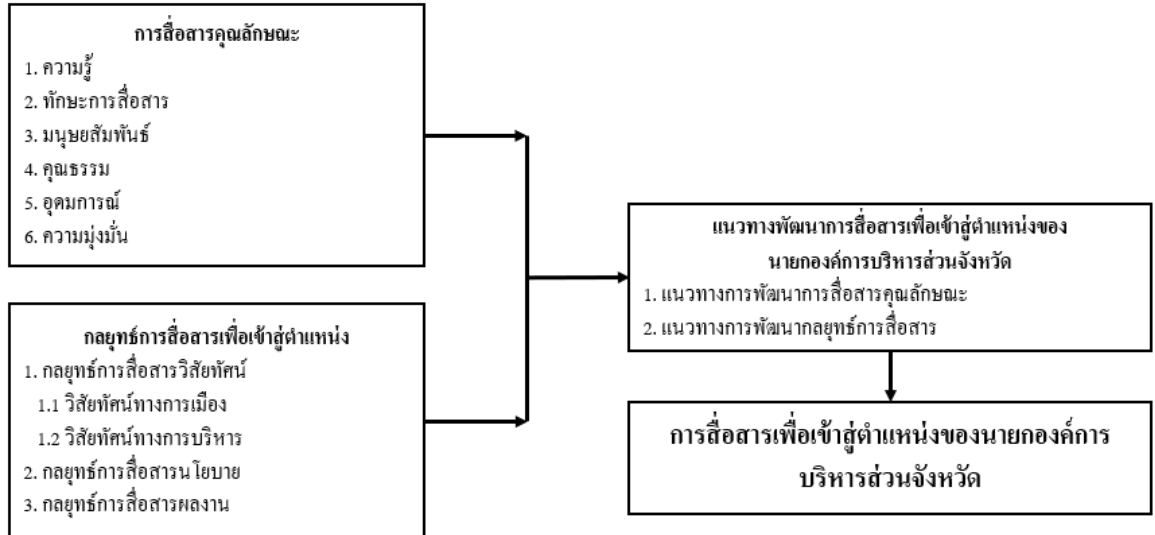
- 2.1 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นอย่างไร
- 2.2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นอย่างไร
- 2.3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นอย่างไร

## 3. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
- 3.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
- 3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด



#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 5. ขอบเขตของการวิจัย

**5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา** งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**5.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก** ประกอบด้วย (1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลักษณ์ที่แตกต่างกัน จำนวน 3 คน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลักษณ์เป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง คือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน, นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลักษณ์เป็นนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ หรือมีธุรกิจครอบครัวมาก่อน คือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลักษณ์จากองค์กรภาครัฐ คือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี และ เลือกโดยวิธีการเจาะจง มีเกณฑ์ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้นำดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ต่ำกว่า 2 สมัยที่มีภูมิลักษณ์เป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง, มีภูมิลักษณ์เป็นนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ หรือมีธุรกิจครอบครัวมาก่อน และมีภูมิลักษณ์จากองค์กรภาครัฐ และ (2) ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจังหวัดละ 2 คน รวม 6 คน และ (3) นักวิชาการสื่อสารทางการเมืองจำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

**5.3 ขอบเขตด้านเวลา** ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน มีนาคม 2566 ถึง ธันวาคม 2566

**5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่** การวิจัยนี้ศึกษาใน 3 พื้นที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้แก่ 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และ 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี

## 6. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

**6.1 การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง** หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด หรือ สิ่งที่ต้องการในประเด็นต่าง ๆ จากผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ไปยัง ประชาชน ผู้ได้บังคับบัญชา และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ชื่นชอบ ถูกใจ จนหันมาเลือก ตนเองเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองที่ต้องการได้ ในที่นี้คือตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.2 นายกององค์การบริหารส่วนจังหวัด** หมายถึง ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่ดำรง ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นสมัยที่ 2 โดยมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน ตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิก สภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น ทำหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแล และรับผิดชอบบริหารกิจการขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ คือ จังหวัด พิษณุโลก, นนทบุรี และแม่ฮ่องสอน

**6.3 นายกององค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง** หมายถึง ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังทาง ครอบครัวอยู่ในตระกูลที่เป็นนักการเมือง ทั้งในเมืองระดับประเทศหรือการเมืองท้องถิ่น

**6.4 นายกององค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ หรือมี ธุรกิจครอบครัวมาก่อน** หมายถึง ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเกี่ยวกับการประกอบอาชีพในการดำเนินธุรกิจ การเป็นผู้บริหารธุรกิจ หรือ ครอบครัวดำเนินธุรกิจก่อนที่จะเข้าสู่การเมืองท้องถิ่น

**6.5 นายกององค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐ** หมายถึง ผู้นำทาง การเมืองท้องถิ่นที่ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเกี่ยวกับการประกอบ อาชีพในการรับราชการตำแหน่งต่าง ๆ ก่อนที่จะเข้าสู่การเมืองท้องถิ่น

**6.6 การสื่อสารคุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด** หมายถึง สิ่งที่นายก องค์การบริหารส่วนจังหวัดต้องการแสดงออกให้เห็นและรับรู้ดังต่อไปนี้ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อุดมการณ์ และความมุ่งมั่นของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดของนายก

องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน, นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี

**6.6.1 ความรู้** หมายถึง การมีสติปัญญา มีความรอบรู้ เฉลียวฉลาดในการแก้ปัญหา รู้จักการวิเคราะห์ และมีความสามารถในการตัดสินใจในบทบาทของตนของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.6.2 ทักษะการสื่อสาร** หมายถึง ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์ทั้งในรูปของวัจนภาษา ได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน และอวัจนภาษา หรือภาษาท่าทาง ประกอบด้วย ท่าทาง น้ำเสียง สายตาหรือ ใช้อวัตุ การให้สัญญาณต่าง ๆ ของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.6.3 มนุษยสัมพันธ์** หมายถึง การเป็นผู้ที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีอารมณ์ขัน ใจกว้างในการรับฟังผู้อื่น ให้เกียรติผู้ร่วมงาน และการเป็นผู้ฟังที่ดีของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.6.4 คุณธรรม** หมายถึง ความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ความยุติธรรม และรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวมของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.6.5 อุดมการณ์** หมายถึง การแสดงทัศนคติในการยึดมั่นในประชาธิปไตย เสรีภาพ เห็นแก่ส่วนรวม และความเสมอภาคของประชาชนในท้องถิ่นของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.6.6 ความมุ่งมั่น** หมายถึง ความตั้งใจอันแน่วแน่ ไม่ท้อแท้ต่ออุปสรรค และไม่ลดละความพยายามในการที่จะปฏิบัติงาน เพื่อไปยังเป้าหมายให้สำเร็จของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.7 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง** หมายถึง กลยุทธ์การถ่ายทอด และสื่อสารประกอบไปด้วยกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และกลยุทธ์การสื่อสารผลงานของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน, นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี

**6.7.1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์** ประกอบด้วย กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง และกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร

1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง หมายถึง การสื่อสารการสร้างภาพของอนาคตที่ต้องการจะมุ่งไปให้ถึง โดยต้องการทำให้ประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถเข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐาน มีความเท่าเทียมกันในสังคม รวมถึงแก้ไขปัญหาชีวิตความเป็นอยู่ต่าง ๆ ภายใต้กรอบของประชาธิปไตยของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด

2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร หมายถึง การสื่อสารที่แสดงถึงความสามารถในการมองเห็นความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ต้องการให้เป็นในอนาคตของ

องค์กรหรือท้องถิ่น และสามารถสร้างกิจกรรมและแนวทางในการบริหารเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ให้เป็นไปตามสิ่งที่ต้องการในอนาคตได้

**6.7.2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย** หมายถึง การสื่อสารแนวทาง วิธี หรือกิจกรรมที่ได้กำหนดจะทำเพื่อประโยชน์และความผาสุกของผู้คนส่วนใหญ่ หรือเพื่อแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ รวมถึงการนำไปปฏิบัติตามนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.7.3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน** หมายถึง การสื่อสาร หรือแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานไปยังประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นผลสำเร็จของการทำงานที่เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมและประชาชนในท้องถิ่น โดยหวังผลทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**6.8 แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง** หมายถึง กรอบวิธีการเพื่อการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดให้มีประสิทธิภาพที่มากขึ้น

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน

7.2 ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจด้านการเมืองท้องถิ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารในการเลือกตั้งเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือตำแหน่งทางการเมืองท้องถิ่น

ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปกำหนดนโยบายการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือตำแหน่งทางการเมืองท้องถิ่น

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะ การสื่อสารวิสัยทัศน์และนโยบาย การสื่อสารผลการดำเนินงาน และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. แนวคิดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

3.1 การสื่อสารวิสัยทัศน์

3.2 การสื่อสารนโยบาย

3.3 การสื่อสารผลงาน

4. แนวคิดองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

5. ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ

6. ทฤษฎีการกำหนดวาระและการวางกรอบสาร

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

ความหมายของการสื่อสารนั้นได้ถูกนิยามไว้อย่างมากมาย แต่มีความคล้ายกันคือ การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด หรือความหมายของสิ่งต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยสื่อหรือช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกันอย่างถูกต้องระหว่างบุคคลที่เป็นผู้ส่งสาร และบุคคลที่เป็นผู้รับสาร (ปริญญา เจริญถ่องแท้, 2565) สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับ ณิชมน กิติเวชโกศาวัฒน์ (2565) ที่กล่าวว่าการสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันของบุคคลในสังคม โดยแต่ละบุคคลจะต้องมีการสื่อสารกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจ โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร

และความคิดเห็นที่แตกต่างระหว่างกัน อีกทั้งยังเป็นกระบวนการสำคัญอย่างหนึ่งในองค์กร เนื่องจาก การสื่อสารมีความจำเป็นต่อการเป็นผู้นำ การวางแผน การควบคุม การประสานงาน การบริหารความ ชัดแย้ง และการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองที่สื่อสารอย่างมี วัตถุประสงค์เพื่อหวังผลทางการเมือง

หากการสื่อสารนั้นเป็นการหวังผลเพื่อที่จะชนะใจประชาชนจำเป็นต้องมีการสื่อสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ รับทราบในคุณลักษณะของผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่ง นันทนา นันทวโรภาส (2554) ได้ประมวลคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักการเมืองที่ประชาชนนิยมและอยากได้เป็นผู้แทน ของตนเองไว้ดังนี้ (1) มีการศึกษาหรือมีความรู้ดีเป็นที่ยอมรับของประชาชนและสังคม (2) มีภูมิหลัง และประสบการณ์ที่น่าเชื่อถือ มีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่มีผลงานและทำคุณประโยชน์แก่ ท้องถิ่นและสังคมเป็นที่ประจักษ์ (3) มีบุคลิกภาพที่ดี ประชาชนเข้าถึง สามารถปรึกษาหารือและให้ ความช่วยเหลือได้ง่าย วางตัวเป็นและเหมาะสม (4) มีศิลปะในการสื่อสาร มีทักษะและวาทศิลป์ เพื่อการโน้มน้าวใจ (5) มีการสื่อสารที่แสดงถึงความใส่ใจในตัวของชาวบ้าน และมีส่วนร่วมกิจกรรม ของประชาชนอันจะก่อให้เกิดความสัมพันธอันดี (6) มีอุดมการณ์ทางการเมืองไปในทางเดียวกันกับ ประชาชน ดังนั้นเนื้อหาสาระที่ต้องสื่อสารไปยังประชาชนคือการเป็นผู้นำที่พึงประสงค์ เป็นผู้ที่ ประชาชนไว้วางใจได้ มีทักษะในการสื่อสารทั้งในรูปแบบวัจนภาษา คือ ถ้อยคำ การพูด การปฏิสัมพันธ์ โต้ตอบ และอวัจนภาษา คือ การแสดงออกทางบุคลิกภาพ การแต่งกาย สีหน้า ท่าทาง หรืออุดมการณ์ ทางการเมือง ต้องมีความรู้ ทักษะและสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละบริบท ที่แตกต่างกัน

กลยุทธ์การหาเสียงของผู้สมัครท้องถิ่นผ่านสื่อต่าง ๆ ก็เป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ ผู้เลือกตั้งตัดสินใจเลือก ผู้ลงสมัครต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารไปถึง และรูปแบบ ช่องทางการสื่อสารต้องมีความเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่การเมืองท้องถิ่นระดับล่าง อย่างองค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาล การหาเสียงแบบเข้าถึงประชาชนโดยตรงจะเป็นวิธีที่ดีที่สุด ได้ทำความรู้จัก และพบปะประชาชนโดยตรง ทำให้ผู้ลงสมัครสามารถนำเสนอนโยบาย วิสัยทัศน์ รวมถึงการแสดงออกซึ่งภาวะความเป็นผู้นำได้อย่างใกล้ชิด (ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์, 2562) การเลือกที่จะ สื่อสารผ่านช่องทางที่เข้าถึงและคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดีจึงเป็น ฤกษ์แจสำคัญในการ มัดใจประชาชน นอกจากนี้เนื้อหา นโยบายที่นำเสนอต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของ ประชาชน มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและการพัฒนาของท้องถิ่นนั้นโดยตรง การสื่อสารผลงานที่เคยดำเนินการก็เป็น สิ่งที่สำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่ยังบอกถึงทักษะความสามารถในการดำเนินการ และการทุ่มเทเพื่อประชาชน ในพื้นที่ หากสามารถสื่อสารสิ่งเหล่านี้ไปยังประชาชนได้อย่างดีแล้ว ก็จะช่วยให้ประสบความสำเร็จใน การเข้าสู่ตำแหน่งได้ ดังนั้นผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่งควรมีกกลยุทธ์ที่ประกอบไปด้วยการสื่อสาร



นโยบาย การสื่อสารวิสัยทัศน์ และการสื่อสารในเรื่องของผลงานที่ดำเนินการเพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวของผู้สมัคร

การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งจึงหมายถึง การสื่อสาร ถ่ายทอดข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด หรือสิ่งที่ต้องการในประเด็นต่าง ๆ จากผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ไปยังประชาชน ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบไปด้วยการสื่อสารคุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสารที่จำเป็นในการสร้างให้เกิดความไว้วางใจ และศรัทธาในตนเองในการเลือกให้เข้าสู่ตำแหน่ง

## 2. แนวคิดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถในการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น เป็นผู้ที่บุคคลอื่นเห็นชอบที่จะให้เป็นผู้ที่พาองค์กรไปยังจุดมุ่งหมาย และพร้อมที่จะปฏิบัติตาม (มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์, 2554) โดยจะต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะเป็นที่ยอมรับ และมีความรู้ความสามารถ ผู้นำอาจเป็นบุคคลที่มีตำแหน่งอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ โดยตำแหน่งของผู้นำนั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะงาน และองค์กรที่อยู่ เช่น ผู้บริหาร ผู้จัดการ ผู้บัญชาการ ผู้ว่าราชการ โดยผู้นำมี 3 ลักษณะ (สุเมธ แสงนิมนวล, 2552) คือ

1. มีความสามารถชักจูงผู้อื่นให้คล้อยตามได้ กล่าวคือผู้นำต้องสามารถจูงใจให้ผู้อื่นทำตามความต้องการด้วยความเต็มใจได้ เช่น ผู้นำของกลุ่มคนที่รวมตัวกันขึ้นจากการชักจูงให้กระทำกรอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งทางการเมืองหรือเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ
2. มีสถานการณืเป็นตัวกำหนด สถานการณืจะเป็นตัวกำหนดว่า ใครจะเป็นผู้นำในสถานการณืนั้น ๆ เช่น ในการโดยสารรถเมล์จะถือว่าคนขับเป็นผู้นำส่วนผู้โดยสารเป็นผู้ตาม เพราะผู้โดยสารนั้นเต็มใจที่จะนั่งไปยังจุดหมายปลายทางที่คนขับพาไป
3. มีการเลือกตั้ง ทำให้ได้รับการยอมรับการเลือกตั้ง คือ ผ่านการเลือกของกลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปจนถึงกลุ่มคนขนาดใหญ่ ซึ่งตามหลักการปกครองระบอบประชาธิปไตย เราจะถือเอาจากบุคคลที่เสียส่วนใหญ่ลงมติเลือกให้เขาเป็นผู้นำ

วิวัฒนาการของทฤษฎีภาวะผู้นำแบ่งออกตามยุคได้ดังนี้ (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2556)

1. ยุคบุคลิกภาพ (Personality era) ยุคนี้จะรวมถึงทฤษฎีภาวะผู้นำที่มีการศึกษาอย่างเป็นทางการในครั้งแรกด้วย แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลาคือ (1) ช่วงเวลาวีรบุรุษผู้ยิ่งใหญ่ (Great man period) เน้นการศึกษาเรื่องวีรบุรุษและสตรีที่ยิ่งใหญ่ในประวัติศาสตร์ของ และมีข้อเสนอแนะว่าควรเลียนแบบบุคลิกภาพ และพฤติกรรมของบุคคลเหล่านี้เพื่อจะได้เป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็ง เช่น มีการศึกษาภาวะผู้นำที่มาจากลักษณะทางพันธุกรรม ซึ่งในเวลาต่อมาพบว่ามิใช่ข้อโต้แย้งหลายประการ

รวมไปถึงการพบว่าผู้นำที่มีประสิทธิภาพจำนวนมากนั้นมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน และยากที่จะเลียนแบบกันได้ ทำให้ยุคนี้ถูกลดบทบาทลง (2) ช่วงเวลาคุณลักษณะ (Trait period) เริ่มมีการศึกษาถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล และพัฒนาคุณลักษณะทั่วไปขึ้นมา ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่คาดว่าจะทำให้ศักยภาพภาวะผู้นำและผลการปฏิบัติงานของผู้นำสูงขึ้น แต่ผลปรากฏว่าล้มเหลว เพราะผลวิจัยพบว่าไม่มีคุณลักษณะเพียงอย่างเดียว หรือกลุ่มของคุณลักษณะนิสัยที่สัมพันธ์กับภาวะผู้นำที่ดี และคุณลักษณะส่วนใหญ่ยังไม่สามารถพัฒนาได้ผ่านการเรียนรู้ได้ นอกจากนี้ก็พบว่าการศึกษาศึกษาสามารถใช้ได้กับบางสถานการณ์ เพราะไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานการณ์ พฤติกรรมผู้นำ และแรงจูงใจของผู้ตาม นักวิจัยจึงไม่สนใจในการศึกษาต่อไป

2. ยุคการใช้อิทธิพล (Influence era) โดยพัฒนาแนวคิดต่อมาจากยุคคุณลักษณะ มองว่า ภาวะผู้นำเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่ใช่คุณลักษณะของผู้นำอย่างเดียวและมุ่งเน้นในแง่อำนาจและอิทธิพล ประกอบด้วย 2 ช่วงเวลา (1) ช่วงเวลาความสัมพันธ์ทางอำนาจ (Power relations period) ศึกษาประสิทธิภาพของผู้นำในลักษณะของแหล่งที่มาของอำนาจและปริมาณอำนาจที่ใช้ รวมถึงวิธีการใช้อำนาจนั้น และมีการค้นพบว่าภาวะผู้นำแบบเผด็จการ ภาวะผู้นำแบบเบ็ดเสร็จ ภาวะผู้นำแบบควบคุม เป็นภาวะผู้นำที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการใช้อิทธิพลแบบทิศทางเดียวจากบนลงล่าง โดยไม่คำนึงถึงความต้องการและความจำเป็นของผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมสำหรับปัจจุบัน (2) ช่วงเวลาการโน้มน้าวใจ (Persuasion period) เรื่องการใช้อำนาจแบบบีบบังคับจะถูกลดบทบาทไปและผู้นำถูกมองว่าเป็นปัจจัยที่มีอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิกกลุ่ม แต่แนวคิดที่ผู้นำมีอำนาจเหนือผู้อื่นยังคงมีการนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการบริหารจัดการในยุคปัจจุบัน

3. ยุคการศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม (Behavior era) มุ่งเน้นศึกษาสิ่งที่ผู้นำนั้นทำมากกว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลหรืออำนาจ โดยภาวะผู้นำได้รับการนิยามว่าเป็นส่วนย่อยของพฤติกรรมมนุษย์ รวมถึงทฤษฎีภาวะผู้นำมีความก้าวหน้าอย่างมากเพราะมีข้อมูลเชิงประจักษ์ชัดเจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่าย สามารถพัฒนาผู้นำได้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ช่วงเวลา (1) ช่วงเวลาการศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมตอนต้น (Early behavior period) เป็นภาคขยายของช่วงเวลาคุณลักษณะแต่เน้นการศึกษาที่การพัฒนาคุณลักษณะทางพฤติกรรมที่สำคัญของผู้นำ (2) ช่วงเวลาการศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมตอนปลาย (Late behavior Period) เป็นการพัฒนาทฤษฎีในตอนต้นให้สามารถประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการได้ดียิ่งขึ้น (3) ช่วงเวลาการวางเงื่อนไขการกระทำ (Operant period) มองผู้นำในฐานะผู้บริหารการเสริมแรง กล่าวคือพฤติกรรมที่เหมาะสมของผู้นำจะเป็นการเสริมแรงให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดพฤติกรรมตามที่ต้องการ แต่หลักฐานเชิงประจักษ์จากการวิจัยยังคงไม่ชัดเจน

4. ยุคของการศึกษาภาวะผู้นำตามสถานการณ์ (Situation era) มีการพิจารณาปัจจัยที่สำคัญนอกเหนือจากตัวผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น ชนิดของงาน สถานะทางสังคมของผู้นำและ



ผู้ใต้บังคับบัญชา อำนาจตามตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง และธรรมชาติของสภาพแวดล้อมภายนอก โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดชนิดของคุณลักษณะ ทักษะ อิทธิพล และพฤติกรรมที่ทำให้เกิดผู้นำที่มีประสิทธิภาพขึ้น ผู้นำจะเลือกปฏิบัติแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา (1) ช่วงเวลาสภาพแวดล้อม (Environment period) ผู้นำจะปรากฏตัวเมื่ออยู่ในสถานที่ เวลาและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม โดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคลเนื่องจากเมื่อพวกเขาออกจากตำแหน่งไปก็มีผู้อื่นมาแทนที่ได้ (2) ช่วงเวลาสถานภาพทางสังคม (Social status period) มีแนวคิดที่ว่าถ้าสมาชิกกลุ่มได้รับผิดชอบงานพิเศษบางอย่าง พวกเขาจะเกิดความคาดหวังว่าแต่ละบุคคลจะปฏิบัติในแนวทางหรือพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติมาก่อน ดังนั้น บทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้ใต้บังคับบัญชาจึงถูกกำหนดโดยความคาดหวังของทั้งสองฝ่ายเกี่ยวกับพฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์ที่ทำเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม (3) ช่วงเวลาสังคม-เทคนิค (Socio-technical period) เน้นด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ เป็นการรวมตัวแปรหรือปัจจัยที่สำคัญทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อมในช่วงเวลาหลังของทั้งสองระยะ คือช่วงเวลาสถานภาพทางสังคม และช่วงเวลาสังคม-เทคนิค เข้าด้วยกัน

5. ยุคของการศึกษาภาวะผู้นำที่ผันแปรตามเหตุการณ์ หรือภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ (Contingency era) มีการยอมรับว่าภาวะผู้นำไม่ได้อยู่ในรูปแบบเดียวโดยสิ้นเชิงเป็นครั้งแรก แต่มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง ทฤษฎีภาวะผู้นำในยุคนี้พยายามที่จะเลือกตัวแปรปรับที่สถานการณ์มารวมอยู่ด้วยเพื่ออธิบายประสิทธิภาพภาวะผู้นำ และสถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดว่าจะใช้รูปแบบภาวะผู้นำแบบไหน

6. ยุคของการศึกษาภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional era) มีการเสนอว่าภาวะผู้นำไม่ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น แต่จะเกี่ยวข้องกับการจำแนกตามบทบาทและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม นั่นคือการนำการศึกษาภาวะผู้นำกลับขึ้นมาอีกครั้ง แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา (1) ช่วงเวลาการแลกเปลี่ยน (Exchange period) ผู้นำอาจจะมีการแลกเปลี่ยนแบบที่ต่างกันและมีรูปแบบความสัมพันธ์แตกต่างไปตามผู้ตามแต่ละคน การเกิดภาวะนี้ผู้นำจะต้องได้รับการยอมรับจากผู้ตามด้วย ผู้นำแบบต่าง ๆ จะเกิดขึ้นตามความแตกต่างของการริเริ่มและการรักษาการปฏิสัมพันธ์กับผู้ตาม โดยผู้นำจะมีบทบาทมากขึ้นเมื่อผู้ตามมีความสามารถน้อย (2) ช่วงเวลาการพัฒนาบทบาท (Role development period) มีการเน้นไปที่บทบาทที่เกี่ยวข้องของผู้นำและผู้ตาม เน้นให้ความเคารพและการคงสถานะแก่ผู้นำ เพื่อแลกเปลี่ยนกับการที่ผู้นำใช้ความสามารถในการทำให้เป้าหมายของกลุ่มสำเร็จ ดังนั้นภาวะผู้นำจึงเป็นความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนที่มีความยุติธรรม โดยที่ไม่มีการครอบงำทั้งจากฝ่ายผู้นำและฝ่ายผู้ตามในฐานะที่เป็นผู้นำจะต้องมีการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี และทำให้เกิดความหวังในทางบวก พฤติกรรมของผู้นำจะเป็นสิ่งสะท้อนถึงการบรรลุวุฒิภาวะ (Maturity) ทักษะระหว่างบุคคล (Interpersonal skill) และสมรรถนะ (Competence) ของผู้ใต้บังคับบัญชา

7. ยุคต่อต้านภาวะผู้นำ (Anti-leadership era) เนื่องจากมีงานวิจัยเชิงประจักษ์จำนวนมากที่ทดสอบทฤษฎีภาวะผู้นำต่าง ๆ แต่หาข้อสรุปไม่ได้ และไม่มีความชัดเจนจนเกิดการต่อต้าน แบ่งได้เป็น 2 ช่วงเวลา (1) ช่วงเวลาความคลุมเครือ (Ambiguity period) ที่มองว่าเราไม่ควรให้ความสนใจกับภาวะผู้นำอีกต่อไป (2) ช่วงเวลาการทดแทน (Substitute period) โดยมีความพยายามที่จะระบุตัวทดแทนภาวะผู้นำต่าง ๆ

8. ยุคของการศึกษาภาวะผู้นำจากวัฒนธรรม (The culture era) ในยุคนี้เสนอว่าภาวะผู้นำไม่ใช่ปรากฏการณ์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือของคู่ปฏิสัมพันธ์ หรือของกลุ่ม แต่เป็นทุกอย่างของวัฒนธรรมองค์กรทั้งองค์กร

9. ยุคของการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation era) กล่าวได้ว่าเป็นยุคของการศึกษาทฤษฎีภาวะผู้นำแบบใหม่ โดยศึกษาบนพื้นฐานของแรงจูงใจภายใน ผู้นำจะเป็นผู้ริเริ่มสร้างนวัตกรรมและมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่า รวมถึงมีการเปิดรับต่อแนวคิดใหม่มากกว่าคนทั่วไป ในยุคนี้ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความผูกพันอย่างกระตือรือร้น มีความสำคัญสำหรับองค์กรในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลง แบ่งได้เป็น (1) ช่วงเวลาบารมี (Charisma period) มาจากนักสังคมวิทยาชื่อ Max Weber (1947) โดยอธิบายบารมีว่าไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเพณีสืบทอดหรืออำนาจตามตำแหน่งหน้าที่แบบทางการ แต่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้ตามถึงคุณลักษณะพิเศษของผู้นำนั้น บารมีเกิดขึ้นช่วงที่สังคมเกิดวิกฤต เมื่อผู้นำมีวิสัยทัศน์และสามารถเสนอแนวทางแก้ปัญหาวิกฤตินั้นได้ ผู้นำจะสามารถดึงดูดผู้ตามให้เชื่อในวิสัยทัศน์นั้น และเมื่อผู้ตามมีประสบการณ์บางอย่างเกี่ยวกับความสำเร็จตามวิสัยทัศน์นั้น พวกเขาจะยอมรับผู้นำ และนอกจากนี้ยังมีนักวิชาการคนอื่นที่เห็นด้วยเช่นกันโดยเสนอว่าคุณสมบัติของผู้นำแบบบารมีนั้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้ตามที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมความรู้ความชำนาญต่าง ๆ ของผู้นำ รวมถึงบริบทของสถานการณ์ ผู้นำมีแนวทางปฏิบัติที่ไม่ธรรมดา วิธีการของผู้นำเพื่อบรรลุเป้าหมายต้องแตกต่าง ต้องมีความเสียสละทุ่มเท มีความมั่นใจ มีความรับผิดชอบ คิดถึงประโยชน์ของส่วนรวม มีแรงบันดาลใจ ผู้นำมีความสามารถมองเห็นโอกาสในสิ่งที่คนอื่นมองไม่เห็น และมีความสามารถในการทำให้คนมารวมกันทำในสิ่งที่ยิ่งใหญ่ที่ดูเหมือนจะเป็นไปไม่ได้ (2) ช่วงเวลาความสามารถในการทำนายความสำเร็จของตนเอง (Self-fulfilling prophecy period) และช่วงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เสนอว่าการเปลี่ยนแปลงเกิดจากผู้นำก่อนแล้วไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชานั้นเท่ากับที่เกิดจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปสู่ผู้นำ และนำไปสู่การพัฒนาเป็นทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่นำแนวคิดของยุคก่อน ๆ มาผสมผสานในการหาความรู้ใหม่ในเชิงประจักษ์

จะเห็นได้ว่าการศึกษาในเรื่องของผู้นำนั้นนอกจากที่ตัวผู้นำเองจะต้องประกอบไปด้วยคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติที่ดีแล้ว จะต้องประกอบไปด้วยบารมี หรือการรับรู้ได้ของผู้ตามหรือประชาชนต่อความสามารถ ทักษะ ความรู้ความชำนาญ แนวทางความคิดและวิสัยทัศน์ของตัวผู้นำด้วยการจะสร้างให้เกิดบารมีนั้นจึงต้องประกอบกับสิ่งสำคัญคือการสื่อสารออกมาให้ผู้ตามนั้นรับทราบ

และรับรู้ได้นั่นเอง โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้ฟัง และการเลือกเนื้อหาที่จะสื่อสารไปให้ถึงให้ตรงกับผู้ฟัง จึงจะได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำอย่างแท้จริง

คุณลักษณะ (Trait) หรือลักษณะทางกายภาพเฉพาะบุคคล อุปนิสัย หรือบุคลิกภาพ คือสิ่งที่บุคคลแสดงออกมาในรูปเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นพื้นฐานของบุคลิกภาพ ซึ่งในปี 1974 นั้น Stogdill (อ้างถึงใน เกษรา ดวงมณี, 2545) ได้วิจัยหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบกับการเป็นผู้นำแยกออกได้เป็น 6 ด้าน ประกอบไปด้วย 1) ด้านสมรรถนะ ประกอบด้วยมีไหวพริบปฏิภาณ สามารถแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ทันที มีความกระตือรือร้นในการทำงาน สามารถสื่อความหมายให้คนเข้าใจได้ง่าย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ได้ดี มีความรอบคอบ สุภาพ มองการณ์ไกล ทันเหตุการณ์ และมีความสามารถในการจูงใจคนได้ดี 2) ด้านความสำเร็จ ประกอบด้วย การได้รับการศึกษาที่ดี มีความรู้ สามารถทำประโยชน์ต่อสังคมได้ มีความรู้ความสามารถด้านการเมืองการปกครอง และมีประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาจนเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ภูมิหลังทางครอบครัวดี และประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน 3) ด้านความรับผิดชอบ ประกอบด้วย การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตัดสินใจไม่ว่าผลจะออกมาดีหรือไม่ดีก็พร้อมที่จะยอมรับ เป็นที่พึ่งพาของผู้อื่นยามที่ผู้อื่นเดือดร้อนหรือต้องการความช่วยเหลือ มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ ยึดมั่นในหลักการ ในความถูกต้องตามกฎหมายและศีลธรรมอันดีของสังคม ยุติธรรม ไม่ยึดในพวกพ้อง ไม่ลำเอียง มีความเชื่อมั่นในตนเอง และทำงานอย่างสุดความสามารถ 4) ด้านการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนในการวางแผน การดำเนินงาน โดยเข้าไปร่วมด้วยตนเองเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคแล้วจึงนำไปปรับปรุง เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนและสังคม ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ และปรับตัวให้เข้ากับประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี มีความเสียสละเพื่อส่วนรวม และเปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด 5) ด้านสถานภาพ ประกอบด้วยฐานะทางการเงินที่ดี การเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม ประพฤติ ปฏิบัติดี เป็นที่ยอมรับ เป็นที่รู้จักของประชาชนในพื้นที่ 6) ด้านสถานการณ์ ประกอบด้วย การมีจิตใจที่ดี เข้มแข็งมั่นคง มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี มีการปฏิบัติตนเหมาะสม และปรับตัวไปตามสถานการณ์ได้ มีความตื่นตัวในการรับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ เข้าถึงความต้องการของประชาชน ต่อมาทฤษฎีคุณลักษณะ (Trait Theory) นั้นมีการศึกษาวิจัยเป็นวงกว้างตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 โดยนักวิชาการมีความพยายามในการศึกษาคุณลักษณะบางอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้นำ รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับคุณลักษณะของคนที่ไม่เป็นผู้นำเพื่อดูว่ามีความแตกต่างแบบใดที่มีผลต่อความสำเร็จ

ผู้นำ เป็นบุคคลที่ทำให้ผู้อื่นไว้วางใจและให้ความร่วมมือ โดยได้รับการยอมรับและยกย่องจากผู้อื่นในการอำนาจการ หรือสั่งการ บังคับบัญชา ประสานงานโดยอาศัยอำนาจหน้าที่ (Authority) เพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ (เนตร์พัฒนา ยาวีราช ,2556) โดยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้นำ (อาคม วัตรสง, 2547) ประกอบไปด้วย 1) ความฉลาด มีไหวพริบ สติปัญญา สามารถเข้าใจ

และสรุปข้อมูลได้อย่างถูกต้อง 2) ความรับผิดชอบ และเชื่อมั่นในตนเองที่จะรับผิดชอบงานต่าง ๆ ที่ท้าทายความสามารถ 3) ความรอบรู้ในงานที่ทำ มีทักษะและหมั่นศึกษา รู้จักเตรียมพร้อมอยู่เสมอ 4) สุขภาพสมบูรณ์ ทั้งร่างกายและจิตใจ พร้อมทนต่อความยากลำบาก และความกดดันได้ 5) ความสามารถในการสื่อสาร มีความสามารถในการพูด การเขียน การสนทนา สามารถโน้มน้าวใจให้คนอื่นเชื่อ และ 6) อารมณ์ขัน ผู้นำต้องมีอารมณ์ขัน พุดจาคมคายเพื่อเป็นการคลายความเครียดให้ผู้คนรอบข้าง เรื่องร้ายจะได้ดูเบาไกลไป สอดคล้องกับ Dessler (อ้างถึงใน นันทวรรณ อิศรานุวัฒน์ชัย, 2550) ที่กล่าวว่าคุณสมบัติที่ดีของผู้นำมี 6 ประการ 1) มีแรงจูงใจอย่างแรงกล้าในการที่จะประสบความสำเร็จ มุ่งมั่นในการเอาชนะอุปสรรค 2) ต้องการที่จะเป็นผู้นำมากกว่าผู้ตาม และมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น 3) มีความซื่อสัตย์และคุณธรรม 4) เป็นผู้ที่มีความมั่นใจ กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ 5) มีความฉลาด สามารถรับรู้เข้าใจสถานการณ์ได้ง่าย และ 6) เป็นผู้ที่มีรู้จักองค์กรของตนเป็นอย่างดี

คุณลักษณะของผู้นำที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะ 6 ประการ (Bass, 1990) 1) คุณลักษณะทางร่างกาย (physical characteristics) ประกอบด้วย ความแข็งแรง (activity, energy) รูปร่าง (appearance grooming) ความสูง (height) น้ำหนัก (weight) 2) คุณลักษณะด้านภูมิหลังทางสังคม (social background) ประกอบด้วย การศึกษา (education) สถานภาพทางสังคม (social status) และการเปลี่ยนแปลงสถานภาพทางสังคม (mobility) 3) คุณลักษณะด้านสติปัญญา และความสามารถ (intelligence and ability) ประกอบด้วย การมีความรู้ (knowledge) มีดุลพินิจ (judgment) และมีทักษะในการพูดได้อย่างคล่องแคล่ว ปฏิภาณไหวพริบดี 4) คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ (personality) ประกอบด้วย การมีความเชื่อมั่นในตนเอง (self-confidence) มีความซื่อสัตย์ (integrity) อดทนต่อความเครียด (tolerance of stress) การควบคุมอารมณ์ได้ดี (emotional control) มีความกระตือรือร้น (enthusiasm) ความตื่นตัว (alertness) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (original, originality) มีความสามารถในการปรับตัว (adaptability) เป็นคนเปิดเผยไม่เก็บตัว (extroversion) 5) คุณลักษณะที่เกี่ยวกับงาน (task-related characteristic) ประกอบด้วย ความขยัน หมั่นเพียร (drive to achieve) ความรับผิดชอบ (responsibility) การไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค (persistence against obstacle) และ 6) คุณลักษณะทางสังคม (social characteristics) ประกอบด้วย ความนิยมแพร่หลาย (popularity) มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal skills) มีเสน่ห์ดึงดูด (attractiveness) ความร่วมมือ (cooperativeness) ชอบสังคม (social participation) มีความเป็นนักการทูต (diplomacy)

ผู้นำทางการเมือง (Political Leaders) คือ บุคคลที่ครองตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจหน้าที่ในโครงสร้างอำนาจรัฐ มีอำนาจ และมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจทางการเมืองอย่างแท้จริง โดยความเป็นผู้นำนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ ความเป็นผู้นำไม่ได้คงอยู่ตลอดไปแต่แปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ (โชติ บดีรัฐ, 2559) แม็ก เวเบอร์ (1947) ได้เสนอว่าผู้นำทางการเมืองต้องมีคุณสมบัติ 3 ประการ คือ 1) การมีอารมณ์ผูกพัน (Passion) มีความจริงจัง มุ่งมั่นกับ

อุดมการณ์ 2) ความรู้สึกรับผิดชอบ (Sense of Responsibility) พร้อมรับผิดชอบในการตัดสินใจและผลลัพธ์ที่ตามมา 3) มีความสามารถในการตัดสินใจ (Judgement) สามารถประเมินสถานการณ์ต่างที่ คาดว่าจะเกิดขึ้น

ลิขิต ธีรเวคิน (2548) ได้ให้ความหมายผู้นำทางการเมืองในอุดมคติว่าประกอบด้วย คุณสมบัติ 4 ประการ 1) ผู้นำจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในประเด็นปัญหาต่างๆ และจะต้องมีข้อมูล เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์หาสาเหตุในการแก้ปัญหาเพื่อบ้านเมืองได้ 2) มีความสามารถที่จะนำ ความรู้ที่มีไปใช้ปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 3) มีความเป็นผู้นำทางการเมือง สามารถ ทำตนให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น หรือที่เรียกว่าการมีบารมี และ 4) การมีจริยธรรมซึ่งเป็น คุณสมบัติที่สำคัญที่สุด

สรุปได้ว่า คุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น คือ สิ่งที่แสดงออก ถึงคุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ที่ที่ครองตำแหน่งหน้าที่ทางการเมือง หรือผู้ที่คนอื่นไว้วางใจและให้ ความร่วมมือในการปฏิบัติตาม โดยผู้นำที่ดีต้องมีคุณลักษณะที่สร้างให้เกิดความเชื่อมั่น เชื่อใจจาก ประชาชน มีความรู้ความสามารถ นอกจากนั้นต้องรู้จักทักษะในการสื่อสารด้วย

ในการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ผู้ส่งสารต้องมีคุณลักษณะของผู้ส่งสารที่ดี มีความสามารถในการดึงดูดใจคน ดูน่าเชื่อถือ ต้องแสดงให้เห็นว่าผู้ส่งสารมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของการเป็นผู้นำที่ดี ภูมิหลังดี มีความเป็นมืออาชีพ มีความสามารถและเทคนิคในการสื่อสารระหว่าง บุคคล มีความมั่นคงและยึดมั่นในหลักการ ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก มีความซื่อสัตย์ต่อการกระทำ ของตนเอง และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สรุปได้ว่าการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ความรู้ ทักษะ การสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อุดมการณ์ และความมุ่งมั่น

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัด ใน 3 ส่วนด้วยกัน คือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ การสื่อสารนโยบาย และการสื่อสาร ผลการดำเนินงาน ที่นำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อการเข้าสู่ตำแหน่งของนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์การสื่อสารตามความหมายของ พุฒิชร อุดมพงษ์ (2548) หมายถึงแผนปฏิบัติการ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเพื่อกำหนดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย ซึ่งการตัดสินใจนี้หมายถึงการที่ จะต้องทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และเพื่ออะไร ส่วนวิธีการหมายถึงการใช้อำนาจ การใช้พลังงาน



และใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในสัดส่วนที่เหมาะสมกับขนาด หรือความยากง่ายของเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์ (2542) ที่ให้ความหมายว่า วิธีการสื่อสาร เพื่อให้บรรลุประโยชน์ทางการเมือง ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารต้องคำนึงถึงขั้นตอนกลยุทธ์ การวิเคราะห์ผู้รับสาร การกำหนดช่องทางวิธีการส่งสารที่เหมาะสมและดีที่สุด สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง วิธีการดำเนินการสื่อสารเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย โดยต้องมีการวางแผน และคำนึงถึงทรัพยากรที่มี เพื่อที่จะได้กำหนดรูปแบบ ช่องทางของการสื่อสารที่เหมาะสม ในงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ การสื่อสารนโยบาย และการสื่อสารผลงาน ดังนี้

### 3.1 การสื่อสารวิสัยทัศน์

การสื่อสารวิสัยทัศน์เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หมายถึง การสื่อสารภาพขององค์กรหรือท้องถิ่นในอนาคตที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สภาพที่ดีขึ้น เป็นการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเจริญและความสุขของประชาชนส่วนรวม งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในส่วนของวิสัยทัศน์ทางการเมือง และวิสัยทัศน์ทางการบริหาร โดยใช้แนวคิดทฤษฎี ดังนี้

นนทิพร สาน้อย (2557) ให้ความหมายวิสัยทัศน์ไว้ว่าเป็นคุณสมบัติของบุคคลที่มองเห็นภาพในอนาคตขององค์กรได้อย่างชัดเจน โดยสอดคล้องกับเป้าหมายและอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้เพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีสอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการที่ได้ให้ความหมายว่าการมองภาพอนาคตของผู้นำและสมาชิกในองค์กร และกำหนดจุดหมายปลายทางที่เชื่อมโยงกับภารกิจ ค่านิยม และความเชื่อเข้าด้วยกัน แล้วมุ่งสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการ จุดหมายปลายทางดังกล่าวต้องชัดเจน ทำทาย มีพลังและมีความเป็นไปได้ โดยวิสัยทัศน์ของผู้นำนั้นเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้นำองค์กรในการมองเห็น และสร้างภาพขององค์กรที่ต้องการจากปัจจุบัน รวมไปถึงเชื่อมโยงให้เห็นถึงแนวทาง ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อที่จะไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้

วิสัยทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ ควรที่จะมีลักษณะของการจินตนาการตามได้โดยเห็นภาพ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความจริง ไม่เลื่อนลอย มีความชัดเจนทำให้สื่อสารได้ง่าย ผู้ได้บังคับบัญชา และประชาชนโดยทั่วไปสามารถเข้าใจได้ ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์สามารถอธิบายว่าเหตุใด บริษัท หรือองค์กรจึงดำเนินการเช่นนั้น และสามารถเชื่อมโยงงานขนาดเล็ก ไปสู่โครงการขนาดใหญ่ได้ ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์จะทำงานโดยมีปัญหานั้นน้อยลงเพราะจะไม่มี ความสับสนในแต่ละชิ้นงาน ทุกอย่างล้วนสามารถเข้าใจได้ชัดเจนถึงการไปสู่เป้าหมายตามวัตถุประสงค์ (John P. Kotter, 1996) แนวคิดการสานวิสัยทัศน์ของ Smith (1994) เป็นการสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์อย่างเป็นระบบและมีขั้นตอนระหว่างผู้นำ และผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้มีความเข้าใจทิศทางและภาพในอนาคตขององค์กรที่ตรงกัน ดังนั้น ผู้นำต้องเห็นความสำคัญ และเข้าใจว่าต้องให้การมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำและผู้ปฏิบัติงาน ต้องมี

สัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ไว้วางใจ รับฟังซึ่งกันและกัน ทุกคนมีความพร้อมและสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

ความสำคัญของวิสัยทัศน์แบ่งเป็น 3 ส่วน (จิราภรณ์ เกษวิริยการณ, 2556) คือ

1) การมีวิสัยทัศน์สามารถกำหนดทิศทางขององค์กรได้ว่าต้องการให้องค์กรเป็นอย่างไร จากนั้นจึงสามารถกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ 2) การมีวิสัยทัศน์เป็นแรงกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ และทราบเป้าหมาย ทำให้การใช้ชีวิตและการทำงานนั้นมีคุณค่า 3) การมีวิสัยทัศน์เป็นการรวมใจและความสามัคคีให้คนในองค์กรมุ่งไปสู่จุดหมายเดียวกันเพื่อให้งานนั้นสำเร็จและสามารถชักจูงให้ผู้อื่นคล้อยตามได้

กระทรวงศึกษาธิการได้กล่าวถึงความสำคัญของวิสัยทัศน์ว่าประกอบไปด้วย

1) ช่วยกำหนดทิศทางที่จะดำเนินชีวิตหรือกิจกรรมองค์กร โดยมีจุดหมายปลายทางที่ชัดเจน 2) ช่วยให้สมาชิกทุกคนรู้ว่า แต่ละคนมีความสำคัญต่อการมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง และรู้ว่าทำอะไร (What) ทำไม่ต้องทำ (Why) ทำอย่างไร (How) และทำเมื่อใด (When) 3) ช่วยกระตุ้นให้สมาชิกทุกคนมีความรู้สึกสนใจ มีความผูกพัน มุ่งมั่นปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ทำทหาย เกิดความหมายในชีวิตการทำงาน ทำให้เกิดการดำเนินงานและมีชีวิตอยู่อย่างมีเป้าหมายด้วยความภูมิใจ และทุ่มเทเพื่อคุณภาพของผลงานที่ปฏิบัติ 4) ช่วยกำหนดมาตรฐานของชีวิต องค์กร และสังคมที่แสดงถึงการมีชีวิตที่มีคุณภาพ องค์กรที่มีคุณภาพ และสังคมที่เจริญก้าวหน้ามีความเป็นเลิศในทุกด้าน ซึ่งเป็นข้อสำคัญสำหรับผู้นำองค์กรบริหารท้องถิ่น ทั้งวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่จะเป็นภาพในอนาคตของประชาชนโดยทั่วไป และวิสัยทัศน์ทางการบริหารที่จะเป็นส่วนของผู้ได้บังคับบัญชาได้เกิดการรับทราบถึงแนวปฏิบัติ

Kotter (1996) ได้กล่าวถึงการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Visionary Communication) ไว้ว่าวิสัยทัศน์มีความสำคัญมากสำหรับนักบริหารระดับสูงในยุคใหม่ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงภาพอนาคตขององค์กร ในบางประเด็นก็เป็นเรื่องที่สามารถอธิบายให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน แต่บางประเด็นก็ยากแก่การอธิบายให้เห็นชัดถึงวิธีการที่จะไปสู่ภาพอนาคตนั้น สมรรถนะ 3 ประการ ที่ผู้นำทั้งภาครัฐและเอกชนในยุคศตวรรษที่ 21 จะต้องมี ได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์ วาทกรรม และคุณภาพของการสื่อสารวิสัยทัศน์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับผู้บริหารระดับรองและพนักงานอื่น ๆ ทั้งหมดในองค์กร ลักษณะของวิสัยทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ (Effective Vision) ควรมีลักษณะที่สามารถจินตนาการแล้วสามารถเห็นภาพของอนาคตที่เป็นจริง เป็นไปตามที่ต้องการ ตรงใจของพนักงาน ลูกค้าและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถเป็นจริงได้ ไม่เลื่อนลอย มีความชัดเจนเพียงพอที่จะทำให้สามารถตัดสินใจได้ มีความยืดหยุ่น สามารถสื่อสารได้โดยง่าย และไม่ซับซ้อน

ลักษณะของวิสัยทัศน์ที่ดีจะต้องประกอบไปด้วย 1) การมีมุมมองแห่งอนาคต (Future perspective) สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และ

ค่านิยมขององค์กร รวมทั้งวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กรนั้น 2) ริเริ่มโดยผู้นำและสมาชิกมีส่วนร่วมในการคิดและให้การสนับสนุน (Share and Supported) มีความน่าเชื่อถือ โดยทุกคนเต็มใจที่จะปฏิบัติตาม การมีส่วนร่วมของสมาชิกจะก่อให้เกิดความผูกพัน (Commitment) ร่วมกัน และทุกคนพร้อมที่จะให้การสนับสนุน 3) มีสาระครบถ้วนและชัดเจน (Comprehensive & Clear) สะท้อนให้เห็นถึงจุดหมายปลายทางและทิศทางที่จะก้าวไปในอนาคตที่ทุกคนเข้าใจง่าย สามารถทำให้สำเร็จได้ตรงตามเป้าหมาย สาระต่างๆ จะช่วยกระตุ้น ท้าทายความสามารถและความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรที่จะปฏิบัติงาน 4) ให้ความฝันและพลังจิตใจ (Positive & Inspiring) ท้าทาย ทะเยอทะยาน สามารถปลุกเร้า และสร้างความคาดหวังที่เป็นสิ่งพึงปรารถนาที่มองเห็นได้ นั่นคือ มีเส้นทางที่ท้าทายความสามารถ 5) มีแผนปฏิบัติที่แสดงให้เห็นวิธีการที่มุ่งสู่จุดหมายชัดเจน และเมื่อปฏิบัติตามแล้วจะให้ผลคุ้มค่า ในอนาคต ทั้งในด้านบุคคลและองค์กร ทั้งนี้จะต้องมีความสอดคล้องกับจุดหมายปลายทางที่กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ด้วย

สรุปได้ว่าการสื่อสารวิสัยทัศน์คือการสื่อสารออกไปให้ผู้อื่นเห็นภาพหรือทิศทางที่องค์กรหรือชุมชนจะดำเนินไป โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ที่จะดำเนินการให้สำเร็จ ผู้นำจะต้องอธิบายให้บุคคลอื่นเข้าใจได้โดยง่าย ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารต้องเข้าถึงโดยคนในทุกระดับ และเห็นภาพขั้นตอนที่จะดำเนินการต่อไป สามารถทำให้ทุกคนเห็นพ้องไปในทางเดียวกัน จึงจะเกิดผลสำเร็จได้ เช่นเดียวกับในทางการเมือง นักการเมืองที่มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เห็นภาพในการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนได้แบบเป็นขั้นเป็นตอน ไม่เลื่อนลอย หรือเป็นวิสัยทัศน์เพียงเพื่อการหาเสียงแต่ไม่สามารถนำไปดำเนินการจริงได้ ก็จะทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องวิสัยทัศน์ทางการเมือง และวิสัยทัศน์ทางการเมืองการบริหารเพื่อนำเสนอต่อประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารงาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมองเห็นในภาพของอนาคตไปในทางเดียวกัน และรู้สึกถึงการมีส่วนร่วม อันจะก่อให้เกิดความสามัคคี โดยศึกษาในองค์ประกอบการสื่อสารที่ผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเลือกใช้ในการสื่อสารวิสัยทัศน์ และเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในทุกระดับ

### 3.2 การสื่อสารนโยบาย

การสื่อสารนโยบายเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หมายถึง การสื่อสารแนวทางการปฏิบัติ หรือการเลือกตัดสินใจของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ได้ตัดสินใจไว้ล่วงหน้า เพื่อแก้ไขปัญหา หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนส่วนรวม โดยนโยบายจะสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าหากได้เข้าสู่ตำแหน่งแล้วจะมีการดำเนินการหรือปฏิบัติอย่างไร โดยใช้แนวคิดทฤษฎี ดังนี้

นโยบาย คือการกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับ ปธาน สุวรรณมงคล (2552) ที่ให้ความหมายนโยบายสาธารณะว่า สิ่งที่แสดงถึงความ



ต้องการที่จะทำหรือไม่ต้องการจะทำของผู้มีอำนาจรัฐที่เกี่ยวข้องกับส่วนรวมหรือคนจำนวนมาก ซึ่งส่วนมากรัฐบาลหรือผู้บริหารท้องถิ่นจะเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบายสาธารณะ แต่นโยบายสาธารณะก็มีใช้สิ่งที่มาจากรัฐบาลหรือผู้บริหารท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังมีมาจากพรรคการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์อีกด้วย และ Carl J. Friedrich (1942) ได้ให้นิยามว่านโยบายคือข้อเสนอสำหรับแนวทางการดำเนินงานของบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อรัฐบาล ภายในสภาพแวดล้อมแบบหนึ่ง ซึ่งอาจมีทั้งอุปสรรค แยกโอกาสบางประการด้วย การผลักดันให้มีการเสนอนโยบายขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์และเอาชนะสภาพการเช่นนั้น ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งนั่นเอง นโยบายมีความสำคัญต่อประชาชน นักการเมือง และผู้บริหาร โดยนโยบายเป็นเครื่องมือในการสร้างความเป็นอยู่ที่ตรงความต้องการของประชาชน ทำให้ผู้บริหารทราบว่าจะนำไปเป็นแนวปฏิบัติให้เกิดผลได้อย่างไร เป็นการสร้างความมั่นคง ยุติธรรม และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ

สามารถจำแนกนโยบายตามกระบวนการรูปแบบและผลกระทบตามทฤษฎีของ Theodore Low ได้เป็น 1) นโยบายที่เกี่ยวกับการจัดระเบียบกฎเกณฑ์ (Regulatory Policy) 2) นโยบายที่เกี่ยวกับการกระจายทรัพยากร (Distribution Policy) 3) นโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรใหม่ (Redistribution Policy) 4) นโยบายต้นแบบ (Constituent Policy) หรือถ้าจำแนกนโยบายจากการแก้ไขปัญหาก็จะจำแนกได้เป็น 1) นโยบายทางด้านเศรษฐกิจ 2) นโยบายทางการศึกษา 3) นโยบายทางด้านสังคม 4) นโยบายทางการเมืองและการป้องกันประเทศ

การสื่อสารนโยบาย คือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็น และความต้องการจากผู้ส่งสารผ่านสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ โดยอาจจะเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์ หรือการแสดงที่เกี่ยวข้องกับที่มาของนโยบาย การกำหนดตัวนโยบาย และการนำนโยบายไปปฏิบัติไปสู่ประชาชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ และมีการตอบสนองต่อนโยบายนั้น (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2563) ซึ่งไม่ว่าจะเป็นนโยบายแบบใด การจะได้มาซึ่งการตั้งนโยบายต้องมาจากการสื่อสารกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูล กระบวนการ ตีบทกฎหมาย หรือแนวทางในการแก้ไขที่แท้จริง โดยสำหรับนักการเมืองแล้วการกำหนดนโยบายที่ตรงใจประชาชนเป็นจุดสำคัญที่โน้มน้าวให้ประชาชนตัดสินใจเลือกตนด้วย นอกเหนือจากการที่ประชาชนเลือกจากตัวผู้สมัคร เนื่องจากนโยบายที่ทางผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งนำมาเสนอนั้นเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงแนวคิดแผนการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหาของประชาชนที่จะนำมาปฏิบัติจริงหากตนเองได้รับเลือกเข้าสู่ตำแหน่ง

ความสำคัญของนโยบายสาธารณะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ (เสนห์ จัยโต, 2558)

1. ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะมีบุคคลที่เกี่ยวข้อง 4 ฝ่าย คือ 1) ความสำคัญต่อประชาชน นโยบายสาธารณะต้องมีสาระและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อแก้ไขปัญหาและความต้องการของประชาชน จำแนกเป็นประเภท (1) ปัญหาข้อขัดข้อง เป็นปัญหาที่มีอยู่และจะเกิดขึ้นอีก

ในอนาคต เช่น ปัญหาการทุจริต ปัญหาความยากจน (2) ปัญหาการป้องกัน เป็นปัญหาที่ถ้ามีการวางแผนป้องกันจะสามารถแก้ไขได้ เช่น ปัญหาภัยแล้ง ปัญหาน้ำท่วม (3) ปัญหาเชิงพัฒนา เน้นการพัฒนาความสามารถของประเทศโดยใช้วิสัยทัศน์ของผู้นำ 2) ความสำคัญต่อนักการเมือง โดยนักการเมืองเป็นผู้กำหนดนโยบายสาธารณะเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เช่น การประกันสุขภาพถ้วนหน้า การเรียกร้องการศึกษาขั้นพื้นฐาน 3) ความสำคัญต่อนักบริหาร นักบริหารจะเป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติให้สัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนักบริหารจะต้องมีความรู้และทักษะในการแปลงจากนโยบายไปสู่แผนการทำงาน และสร้างให้เกิดความร่วมมือ การยอมรับในนโยบายที่นำไปพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง 4) ความสำคัญต่อนักวิชาการ เนื่องจากความสำเร็จของนโยบายสาธารณะจะขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์และมีส่วนร่วมของนักวิชาการที่ได้ลงมือประเมินผลของตัวนโยบายได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของสังคม และมีคุณค่าต่อประชาชน โดยเป็นกลางไม่ลำเอียง ใช้หลักทางวิทยาศาสตร์ในการประเมินว่านโยบายใดมีความเหมาะสมที่สุด และแนวทางใดที่จะดำเนินการแบบไหนดีที่สุด ทั้งนี้จะเป็นส่วนช่วยสะท้อนให้เห็นว่านโยบายที่นักการเมืองเสนอนั้น ในการสร้างกิจกรรมและโครงการที่มีการใช้งบประมาณมีความถูกต้องหรือไม่ คำนึงกับการลงทุนที่จะปฏิบัติตามนโยบายหรือไม่ หรือเป็นเพียงการตั้งกิจกรรมเพื่อเป็นช่องทางในการทุจริต

2. ความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ แบ่งได้เป็น 4 ด้านคือ

1) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการสร้างเศรษฐกิจพอเพียง อยู่บนพื้นฐานของความสมดุลพอดี ยึดทางสายกลาง และมีการพัฒนาการอย่างมีคุณภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อม  
 2) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการสร้างสังคมไทยที่พึงประสงค์ 3 ด้าน (1) สังคมคุณภาพ พัฒนาคนให้เก่งและมีคุณธรรม ไปพร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน พัฒนาเมืองและชนบทให้มีความน่าอยู่ การเมืองการปกครองโปร่งใส มีกระบวนการยุติธรรมที่เป็นที่พึงของประชาชน (2) สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ พัฒนาคนให้คิดเป็นทำเป็น มีเหตุผล และสามารถยอมรับความเปลี่ยนแปลงได้ เสริมสร้างการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีนวัตกรรม ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และทุนทางปัญญา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (3) สังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน รักษาสถาบันครอบครัวอันเป็นสถาบันหลักของสังคม และพัฒนาเครือข่ายของชุมชน  
 3) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการสร้างความมั่นคงแห่งชาติ 4) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ และสร้างนวัตกรรมใหม่

นโยบายสาธารณะแบ่งเป็นขั้นตอนในการดำเนินการโดยเริ่มจากการกำหนดนโยบาย แล้วจึงนำไปสู่การนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งต้องสร้างความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เพื่อที่ประชาชนจะได้รับทราบถึงการตัดสินใจของผู้บริหารและช่วยตรวจสอบว่าตรงกับความต้องการ หรือตรงกับปัญหาที่ต้องการให้แก้ไขหรือไม่ เมื่อกำหนดนโยบายแล้วจึงมาสู่ขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ โดยจะต้องจัดทำเป็นแผน โครงการ และกิจกรรมย่อยต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่

กำหนดไว้ การที่นโยบายจะประสบความสำเร็จหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับความเข้าใจถึงตัวนโยบายเอง ทรัพยากรที่มี หน่วยงานที่นำไปปฏิบัติ และที่สำคัญที่สุดคือการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประสานงานกัน อย่างสอดคล้องจนเกิดความร่วมมือกัน และสุดท้ายจึงนำมาสู่การประเมินผลนโยบายเพื่อติดตามว่า นโยบายที่ได้เลือกมาปฏิบัตินั้นควรจะดำเนินการต่อ ปรับปรุง หรือยกเลิก หรือเป็นการติดตามว่าการ ดำเนินงานลุล่วงไปถึงระดับใด (อุทัย ปริญญาสุทธิพันธ์, 2562)

การสื่อสารนโยบายนั้นเป็นสิ่งที่เป็นกลไกสำคัญในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง สร้างให้เกิดความเป็นเอกภาพในการดำเนินงาน และการสื่อสารให้ประชาชนรับทราบถึง นโยบายที่ทาเพื่อประชาชนในส่วนรวม และเป็นนโยบายที่ตรงใจประชาชนจะทำให้ได้รับเลือกให้เข้าสู่ ตำแหน่ง

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องการสื่อสารนโยบายในการนำเสนอการหาเสียง เลือกตั้งและการดำเนินงานของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยศึกษาในส่วนของ การสื่อสาร เนื้อหาสารของนโยบายที่เลือกนำมาใช้ นโยบายที่ตรงความต้องการของประชาชนจะก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเอง

### 3.3 การสื่อสารผลงาน

การสื่อสารผลการดำเนินงานเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หมายถึง เป็นการเผยแพร่ผลงาน และผลการดำเนินงานตามที่ได้แถลงนโยบายไว้ หรือตามที่ได้เคย รับปากกับประชาชนในการที่จะพัฒนา และแก้ปัญหาเพื่อประโยชน์ของประชาชน โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี ดังนี้

กานต์ บุญศิริ (2562) ได้ให้แนวคิดว่าเป็นการเผยแพร่ผลงานของรัฐบาล พรรคการเมือง องค์กรท้องถิ่น และกลุ่มการเมืองท้องถิ่น ในการพัฒนาประเทศและท้องถิ่น ตามที่ได้แถลงนโยบายไว้ หรือตามที่ได้รับปากต่อประชาชน เนื่องจากเป็นหน้าที่ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ การสื่อสารผลการ ดำเนินงานเป็นหนึ่งใน การสื่อสารทางการเมืองที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นการสื่อสารของผู้ที่ เกี่ยวข้องกับการเมืองเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความพึงพอใจจากผลงานที่ได้ดำเนินการไปแล้ว เพื่อให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ และโน้มน้าวใจให้เป้าหมายมาเลือกตนเองจนสุดท้ายคือการเกิดผลสำเร็จ ทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองคือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อคิดเห็น ประสบการณ์ และมุมมองระหว่างสมาชิกในสังคมด้วยตนเอง หรือระหว่างสมาชิกกับหน่วยงานทางการเมือง เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ สร้างเครือข่าย วางกฎเกณฑ์ร่วมกัน หรือแม้แต่การนำเอาข้อเรียกร้อง และความ ต้องการของสมาชิกไปสู่หน่วยงานทางการเมืองที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะกำหนดนโยบาย และสนองตอบ ความต้องการของสมาชิกในสังคมได้มากยิ่งขึ้น การสื่อสารทางการเมืองไม่เพียงอยู่ในรูปแบบของ คำพูด หรืออักษรเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการถ่ายทอดความหมายผ่านการใช้สัญลักษณ์ รูปภาพ

ดนตรี ตัวเลข อากัปกิริยา การแสดงออก ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลทำให้บุคคล หรือกลุ่มคนอื่น ตระหนักถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่จะสื่อสาร (Austin Ranney, 1993) การสื่อสารทางการเมืองนั้น ไม่ว่าจะอยู่ในระบอบการปกครองรูปแบบใดก็จะแสดงหน้าที่ที่สำคัญ 3 ประการ คือ (พิพทล เสวตวรรณ, 2565) 1) ประชาสัมพันธ์ทางการเมือง โดยหน่วยงานต่าง ๆ จะดำเนินการเผยแพร่ ข่าวสาร ข้อชี้แจง นโยบาย ผลงานไปยังประชาชนผ่านสื่อมวลชน มักจะมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ประชาชนรับทราบและเห็นทิศทางการขับเคลื่อนของประเทศอย่างสอดคล้องกัน 2) กล่อมเกลาคิดคิดทางการเมือง เพื่อเน้นย้ำและส่งต่อแนวความคิด อุดมการณ์ไปสู่ประชาชน ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติและจิตสำนึกทางการเมืองให้ประชาชนมีส่วนร่วม อันเป็นการสร้างเสถียรภาพแก่ระบบการเมือง 3) สร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่รัฐบาลจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รัฐบาลทำงานได้อย่างราบรื่น หากรัฐบาลสามารถสร้างให้ประชาชนยอมรับและนิยมในตนเองได้ก็จะเกิดความมีเสถียรภาพ

เมื่อผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งได้เข้าสู่ตำแหน่งแล้วจะต้องมีการสื่อสารเพื่อนำเสนอผลงานให้เป็นที่รับรู้ของสาธารณะ ซึ่งการสื่อสารนี้เองจะเป็นการรักษาไว้หรือเพื่อกะคะแนนนิยมในระหว่างที่ดำรงตำแหน่ง หากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งไม่ได้ทำการสื่อสารออกไป หรือได้ทำการสื่อสารแต่เนื้อหาที่สื่อออกไปไม่ดี ไม่ตรงใจของประชาชน ก็จะส่งผลต่อการเลือกตั้งในสมัยต่อไป ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารในห้วงเวลานี้มาก เนื่องจากการเป็นผู้ดำรงตำแหน่งจะมีความได้เปรียบจากการอยู่ในสื่อโดยสื่อมวลชน มีโอกาสในการสื่อสารมากกว่า แต่ถ้าเนื้อหาสารที่ออกไปมีแต่เรื่องในเชิงลบ ก็จะส่งผลเสียต่อความนิยมมากกว่าเป็นผลดี

ความสำคัญของการสื่อสารผลการดำเนินงาน แบ่งได้เป็นประโยชน์ต่อประชาชนคือ 1) ทำให้ทราบผลการดำเนินงานของรัฐบาล พรรคการเมือง องค์กรท้องถิ่น และกลุ่มการเมืองท้องถิ่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง 2) ทำให้สามารถตรวจสอบได้ว่าองค์กรทางการเมืองได้ทำตามสิ่งที่แถลง หรือนำเสนอในการหาเสียงไว้หรือไม่ 3) ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาท้องถิ่น 4) ประชาชนทราบจุดยืนขององค์กรทางการเมือง และประโยชน์ต่อรัฐบาล พรรคการเมือง องค์กรท้องถิ่น และกลุ่มการเมืองท้องถิ่นคือ 1) เป็นการดำเนินงานตามกฎหมาย 2) เป็นโอกาสที่จะเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผลการดำเนินงานเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง 3) เป็นช่องทางที่จะได้พบปะหรือใกล้ชิดกับประชาชนเพื่อฟังผลตอบรับการดำเนินงานที่ผ่านมา 4) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

การสื่อสารผลการดำเนินงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับและเกิดความไว้วางใจในการเข้าสู่ตำแหน่งของผู้นำองค์กร เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผลภาพลักษณ์ที่ดีรวมถึงเป็นโอกาสในการเข้าไปรับฟังปัญหาหรือแนวคิดของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อที่จะทำให้สามารถวางแผนการปฏิบัติงานให้ตรงความต้องการของประชาชนได้

#### 4. แนวคิดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การบริหารราชการแผ่นดินของไทยในปัจจุบัน มีวิวัฒนาการมาจากการปฏิรูปการบริหารราชการแผ่นดินครั้งใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่ได้ทรงวางรากฐานการบริหารราชการแผ่นดินใหม่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยส่วนกลางได้มีการจัดโครงสร้างการบริหารตามหน้าที่ ในรูปแบบของกระทรวงแทนการจัดตามพื้นที่เหมือนในอดีต ในส่วนภูมิภาคได้ปรับปรุงกลไกการบริหารราชการส่วนภูมิภาคให้สามารถที่จะกระชับอำนาจการปกครอง และขยายไปยังหัวเมือง อีกทั้งได้ทรงจัดการปกครองท้องถิ่นในระดับตำบล และหมู่บ้านขึ้นมาใหม่ (โกวิทย์ พวงงาม, 2559) ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2475 ได้มีการวางกรอบกติกาทางการเมืองการปกครองในปีถัดมาจึงได้มีพระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบบริหารแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2476 ได้มีการวางโครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดินหลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง โดยใช้ระบบการรวมศูนย์อำนาจ (centralization) และใช้กลไกรัฐบาลกลางเป็นส่วนใหญ่ในด้านการปกครองท้องถิ่น เพื่อต้องการจัดรูปแบบงานให้เข้ากับลักษณะการปกครอง และให้การบริหารราชการแผ่นดินรวดเร็วและเร็วขึ้น โดยกำหนดให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นตัวแทนรัฐบาลกลาง ดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายบริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นระดับจังหวัด ทำให้การปกครองท้องถิ่นของไทยมีลักษณะที่เรียกว่าการปกครองท้องถิ่นแบบกึ่งเมืองขึ้น (semi-colonial local government) การกระจายอำนาจการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยสามารถแบ่งวิวัฒนาการของสภาจังหวัดออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 พ.ศ. 2476-2498 นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 ที่ได้มีการจัดตั้งสภาจังหวัดขึ้นตามพระราชบัญญัติระเบียบเทศบาล พ.ศ. 2476 นับเป็นจุดกำเนิด และรากฐานของการพัฒนาที่ทำให้มีหน่วยงานปกครองท้องถิ่นในรูปองค์การบริหารส่วนจังหวัดขึ้น

ระยะที่ 2 พ.ศ. 2498-2540 การจัดตั้งและการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในปัจจุบัน เป็นไปตามพระราชบัญญัติระเบียบราชการส่วนจังหวัด พ.ศ. 2498 ซึ่งกำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล และประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 218 ได้กำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นองค์การบริหารส่วนจังหวัดจึงเป็นหน่วยราชการบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลมีอำนาจหน้าที่รักษาความสงบเรียบร้อย และศีลธรรมอันดีของประชาชน ส่งเสริมการศึกษาทำนุบำรุงศาสนา ส่งเสริมวัฒนธรรม สาธารณูปการ และบำบัดโรค การจัดตั้งและบำรุงสถานพยาบาล เป็นต้น



ระยะที่ 3 พ.ศ. 2540-ปัจจุบัน มีการบริหารองค์กรตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 แทนฉบับ พ.ศ. 2498 โดยหลักเพื่อปรับปรุงบทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดให้สอดคล้องกัน และปรับปรุงโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนจังหวัดให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

การปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2534 มาตรา 70 ได้แบ่งการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล สุขาภิบาลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่นตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา ต่อมาในปี พ.ศ.2537 ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 จึงเกิดการปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มขึ้นนั่นคือองค์การบริหารส่วนตำบล และได้มีพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะสุขาภิบาลเป็นเทศบาลใน พ.ศ. 2542 (โกวิท พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง, 2547)

ในปี พ.ศ. 2543 คณะกรรมการกระจายอำนาจการปกครองท้องถิ่น ได้จัดทำแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2543 ขึ้นตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มีผลทำให้กระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ต้องถ่ายโอนอำนาจของรัฐไปให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทำให้การจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น โดยมุ่งหมายที่จะให้ท้องถิ่นมีการบริหารจัดการงานท้องถิ่นที่ดี และเป็นไปตามที่ประชาชนในท้องถิ่นต้องการ ต่อมาพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงโดยกำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีพื้นที่ครอบคลุมทั้งจังหวัด และซ้อนทับพื้นที่ของเทศบาลองค์การบริหารส่วนตำบลและสุขาภิบาล มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด และกำหนดให้มีวาระ 4 ปี และได้ให้อำนาจประชาชนในท้องถิ่นเลือกสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่นได้โดยตรง เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอย่างมาก เพราะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเลือกผู้บริหารของท้องถิ่นด้วยตนเอง ซึ่งภารกิจหลักขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามรัฐธรรมนูญตามราชอาณาจักรไทยได้ระบุไว้ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และอำนาจดูแลและจัดทำบริการ สาธารณะ และกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริม และสนับสนุนการจัดการศึกษาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยมีอิสระในการบริหาร จัดการ และกำกับดูแล ซึ่งต้องทำเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อการคุ้มครอง ประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นหรือประโยชน์ของประเทศเป็นส่วนรวมเท่านั้น

นอกจากนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระในการกำหนดนโยบาย การปกครอง การบริหาร การบริหารงานบุคคล การเงิน การคลังและกำหนดให้มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลองค์กรของตนเองโดยเฉพาะเท่าที่จำเป็นและ

ต้องเป็นไปเพื่อการคุ้มครองประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น หรือประโยชน์ของประเทศ ทำให้เห็นได้ว่าการปกครองท้องถิ่นมีบทบาทที่สำคัญ ทั้งในแง่ของการเป็นรากฐานของระบอบประชาธิปไตย และเป็นกำลังหลักในการสร้างให้เกิดการพัฒนาจากจุดเล็กแล้วจึงขยายไปยังระดับมหภาพต่อไป

## 5. ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจ (สุภาพ กริ่งรัมย์, 2555) คือ การที่ผู้พูดใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการจูงใจบุคคลเพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ฟัง โดยใช้ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การจูงใจทางอารมณ์หรือเหตุผลประกอบเข้าด้วยกัน โดยลักษณะสำคัญของการโน้มน้าวใจประกอบไปด้วย (อรวรรณ ปิลาธนโอบาท, 2554) ผู้โน้มน้าวใจต้องมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ ผู้ถูกโน้มน้าวใจมักจะมีทางเลือกและผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจเลือกทางเลือกของตนเสมอ และสิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือการเปลี่ยนแปลง การสร้าง หรือคงไว้ซึ่งความคิดเห็น ค่านิยม และความเชื่อซึ่งส่งผลต่ออารมณ์ พฤติกรรม ตามที่ผู้โน้มน้าวหรือผู้ส่งสารต้องการ

วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจจะถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อการสื่อสารที่ชัดเจน และเข้าใจกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Rogers & Storey 1987 อ้างถึงใน หทัยชนก รัตนชาติ ,2558) โดยมีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการโน้มน้าวใจ 4 ข้อ

1. การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ หมายถึง ข้อมูลรอบตัวบุคคล ๆ หนึ่งที่มั่นใจว่าเป็นความจริง และมีผลต่อการแสดงออก โดยมนุษย์มีความเชื่ออยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและเหตุผล และความเชื่อที่ไม่มีเหตุผล บางเรื่องเปลี่ยนแปลงได้ง่าย บางเรื่องเปลี่ยนแปลงได้ยาก โดยมาจากทั้งประสบการณ์ ความคิด

2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดต่อบุคคล วัตถุ สิ่งแวดล้อม สถานการณ์ การกระทำต่าง ๆ ที่ทัศนคติเป็นการประเมินสิ่งต่าง ๆ ไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ โดยมีรากฐานจากความเชื่อ ทัศนคติเป็นสภาวะความพร้อมที่จะแสดงตอบสนองในทั้งทางสนับสนุนหรือต่อต้านต่อสถานการณ์ หรือสิ่งที่เกิดขึ้น โดยบางครั้งพฤติกรรมที่แสดงออกอาจจะไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้หากมีข้อจำกัดเป็นตัวบังคับ

3. การเปลี่ยนแปลงค่านิยม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งทีบุคคลเห็นว่ามีความสำคัญ ถูกต้อง โดยบุคคลหากต้องเลือกเผชิญหน้ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ค่านิยมนี้เองจะถูกนำมาประกอบการตัดสินใจ กล่าวได้ว่าค่านิยมเป็นพื้นฐานของการกระทำของบุคคล โดยจะแตกต่างกันไปในแต่ละคน และมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามประสบการณ์และ

ช่วงเวลา ค่านิยมแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ค่านิยมปลายทาง คือค่านิยมที่แสดงจุดหมายของชีวิตที่บุคคลปรารถนา 2) ค่านิยมที่เป็นเครื่องมือ คือค่านิยมที่บุคคลยึดถือปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ปลายทางที่ต้องการ การจะเปลี่ยนแปลงความเชื่อและพฤติกรรมนั้นสามารถทำได้โดยการโน้มน้าวใจด้วยค่านิยม

ผู้ส่งสารที่ต้องการจะโน้มน้าวใจให้ประสบความสำเร็จต้องมีการศึกษาข้อมูลในส่วนของผู้รับสารก่อน (ปาจารย์ อ่อนสอาด, 2548) โดยทำได้ดังนี้ 1) การเลือกใช้ภาษาให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารจะช่วยให้การโน้มน้าวใจสามารถทำได้ง่ายขึ้น เช่นการเลือกใช้คำที่เป็นไปในเชิงบวก 2) ผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารจะทำให้เกิดการโน้มน้าวใจได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่นการลงไปหาเสียงเลือกตั้งในท้องถิ่นหากผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งสามารถสื่อสารภาษาถิ่นได้ ชาวบ้านจะรู้สึกคล้อยตามได้ง่ายกว่า 3) การเปรียบเทียบข้อมูลของผู้ส่งสารกับข้อมูลของฝ่ายตรงข้าม ในกรณีที่มีผู้ที่ต้องการโน้มน้าวใจหลายกลุ่ม ผู้ส่งสารควรให้ข้อมูล แนวคิดทั้งของตนเองและของอีกฝ่าย เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเปรียบเทียบได้ เช่นในการให้สินเชื่อผ่อนบ้าน พนักงานธนาคารควรให้ข้อมูลผลประโยชน์ของหลาย ๆ แห่ง และบอกผลประโยชน์ที่จะได้รับเพิ่มเติมหากเลือกสินเชื่อธนาคารตนเอง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจนและตัดสินใจเลือกตนเองง่ายขึ้น 4) ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับสาร หากผู้รับสารไม่มีความรู้พื้นฐานในเรื่องที่ต้องการจะโน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารควรให้ข้อมูลในเบื้องต้นก่อนแล้วจึงโน้มน้าวใจในภายหลัง เช่นการสนับสนุนให้คนหันมาใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ ต้องมีการอธิบายถึงเทคโนโลยีนี้และประโยชน์ที่จะได้รับให้ฟังก่อน แล้วจึงชวนเปิดใช้บัญชีออนไลน์ในภายหลัง 5) ในกลุ่มผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับต่ำอาจใช้การกระตุ้นทางอารมณ์ในการช่วยโน้มน้าวใจ ซึ่งบางครั้งไม่จำเป็นต้องใช้เหตุผลในการประกอบก็ได้ นอกจากนี้วิธีสโตนเทิล ได้อธิบายถึงหลักการโน้มน้าวใจว่าประกอบไปด้วย

1. บุคลิกของผู้ส่งสาร จะต้องเป็นผู้มีสติปัญญาเฉียบคม มีไหวพริบ ต้องแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร มีความตั้งใจในการรักษาผลประโยชน์ และต้องแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่เป็นคนดี ยึดมั่นในศีลธรรม รักความยุติธรรม กล้าหาญ มีเมตตากรุณา

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้ส่งสารที่จะถ่ายทอดไปให้เกิดในตัวของผู้รับสารเช่นอารมณ์โกรธ ความกลัว ความอยากได้อะไรก็มี ความสงสาร เป็นต้น

3. เหตุผลที่ผู้ส่งสารนำมาเสนอให้แก่ผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารจะต้องเตรียมข้อมูลที่สนับสนุนตนเอง แบ่งได้เป็น 1) หลักฐาน ประกอบด้วยการยกตัวอย่าง การใช้สถิติ การใช้พยาน การเปรียบเทียบ การพรรณนา และการบอกเล่า เป็นต้น 2) การแสดงเหตุผล จะเป็นการแสดงเหตุผลแบบนิรนัย แบบอุปนัย หรือการแสดงเหตุผลโดยโยงจากเหตุไปสู่ผลหรือจากผลไปสู่เหตุ

ในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนั้นจำเป็นต้องประยุกต์ทฤษฎีการโน้มน้าวใจประกอบกับสารสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อให้ประชาชนหันมาลงคะแนนเสียงให้ตน ต้องคำนึงถึง



ทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร และต้องการวางแผนกลยุทธ์ให้ดี การสื่อสารนั้นจึงจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้

## 6. ทฤษฎีการกำหนดวาระสารและวงกรอบ

ทฤษฎีการกำหนดวาระสารและวงกรอบเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน จากความคิดที่ว่า การที่สื่อมวลชนให้ความสนใจต่อประเด็นหรือหัวข้อที่เกี่ยวกับปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ประชาชนได้รับทราบและตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาหรือประเด็นนั้นตามที่สื่อมวลชนได้กำหนดไว้นั้นคือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่จะรับรู้ถึงความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนเป็นผู้นำเสนอ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระสารมีที่มาจาก แมคคอมบ์ส และ ชอว์ นักวิจัยชาวอเมริกัน จากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย (McComb & Shaw 1972 อ้างถึงในจุฑาพล เมตตาสัตย์, 2556) มีสาระสำคัญว่า การคัดเลือกข่าวสารของสื่อมวลชนมานำเสนอนั้น สื่อมวลชนจะเป็นผู้ให้ลำดับความสำคัญ โดยผู้รับสารจะไม่ได้รับข้อมูลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่จะต้องรับรู้ถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารด้วย โดยทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารมีพัฒนาการดังนี้

ยุคแรกในปี ค.ศ. 1922 วอเทอร์ลิปแมน นักหนังสือพิมพ์ที่ตั้งข้อสังเกตเรื่องมติสาธารณะว่าส่วนใหญ่แล้วประชาชนมักไม่ได้พบและสัมผัสกับเหตุการณ์จริง แต่จะมีปฏิกริยาต่อภาพของความเป็นจริงที่อยู่ในหัวสมองมากกว่า เพราะในโลกแห่งความเป็นจริงทุกอย่างล้วนซับซ้อนเกินไป ถ้าจะต้องตัดสินใจอะไร ประชาชนก็ต้องลดทอนหรือตกแต่งใหม่ให้ดูเรียบง่ายขึ้น แต่ถ้าประชาชนลดทอนความจริงให้เหลือแต่เรื่องที่เรียบง่ายแล้ว ก็จะไม่สามารถให้ประชาชนแสดงมติต่อเรื่องสาธารณะตามลำพังได้นอกจากจะต้องมีองค์กรหรือตัวกลางที่มีผู้รู้มาช่วยชี้แนะประชาชน และจากข้อคิดเห็นของวอเทอร์ลิปแมน ตัวกลางที่จะช่วยสร้างภาพแทนภายในหัวสมองให้ประชาชนเอาไว้แทนของจริงก็คือสื่อมวลชนนั่นเอง จากแนวคิดนี้เองทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมาก จนมาถึงช่วงสมัย ค.ศ. 1960 ที่แนวคิดเรื่องอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อที่ตกต่ำลงเพราะเริ่มมีงานวิจัยบางชิ้นที่มีความเชื่อว่าพลังของสื่อไม่ได้เหมือนทฤษฎีกระสุนปืน และทฤษฎีเข็มฉีดยาที่มีแนวคิดที่ว่าสื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชนคิดตามแบบที่สื่อคิดได้ แต่สื่อก็ยังสามารถทำให้คนคิดเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อได้ หมายความว่าตัวของสื่ออาจจะไม่มีอิทธิพลที่จะปรับเปลี่ยนการกระทำของคน แต่สื่อสามารถที่จะตัดแปลงความเข้าใจของคนได้ นอกจากนั้นประชาชนยังเกิดการเรียนรู้กติกาต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปแบบของสื่อ เช่น ละครที่ถูกสื่อพูดถึงมากแปลว่าสำคัญ และอะไรที่พาดหัวใหญ่ที่สุดก็แปลว่าสำคัญที่สุด เป็นต้น

การศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารมุ่งที่จะวิเคราะห์หน้าที่หรือผลของสื่อมวลชน ยิ่งสื่อมวลชนเลือกเน้นประเด็นหัวข้อ หรือปัญหาสำคัญใด ผู้รับสารหรือมวลชนก็จะตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวข้อ หรือปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นตามไป ด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าผลสำคัญประการหนึ่งของสื่อมวลชนก็คือ เป็นผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้เหตุการณ์แก่ประชาชนทั่วไป

โคเฮน (อ้างถึงใน นิमित สุขประเสริฐ, 2550) ได้นำแนวคิดของลิปป์แมนมาใช้ในการวิเคราะห์บทบาทการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน และได้อธิบายว่าสื่อมวลชนมีบทบาทความสำคัญมากกว่าการเป็นผู้นำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นเท่านั้น ในการสื่อสารเพื่อการสร้างให้เกิดความรับรู้ในตัวตนของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งก็เช่นกัน ทีมงานที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารข้อมูลหรือนโยบายต่าง ๆ ของผู้สมัครต้องมีการนำแนวคิดทฤษฎีการกำหนดวาระสารมาประยุกต์ใช้เพื่อให้ประชาชนทราบ และรับรู้ถึงความสำคัญ ในแง่ของทั้งการอยู่ในสื่อบ่อย ๆ หรือการอยู่ในพาดหัวข่าวที่สำคัญ ก็จะเป็นส่วนช่วยให้เกิดการรับรู้ถึงตัวตนของผู้สมัครรับเลือกตั้งได้

ปัจจุบันการกำหนดวาระข่าวสารอาจไม่ได้เกิดขึ้นจากสื่อมวลชนเป็นหลัก แต่มีปัจจัยหลายอย่างมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการกำหนดวาระข่าวสาร ดังนั้นการคัดเลือกข่าวสารในการนำเสนอของ สื่อมวลชนจึงเป็นการกำหนดวาระทางสังคมอีกทางหนึ่ง การนำเสนอข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สื่อมวลชนจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากการเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ เป็นหลักด้วย

นอกจากทฤษฎีการกำหนดวาระสารแล้วอีกทฤษฎีที่มีความสำคัญในการกำหนดความสำคัญของสารควบคู่กันมาคือทฤษฎีการวางกรอบ โดยทฤษฎีการวางกรอบมีพื้นฐานมาจากศาสตร์ทางสังคมวิทยา เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตีความและการตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ซับซ้อนในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ทฤษฎีนี้เชื่อว่ามนุษย์สร้างชุดตัวกรองที่เรียกว่ากรอบขึ้นมาเพื่อทำความเข้าใจหรือตีความเหตุการณ์หรือข้อมูลที่ซับซ้อน โดยกรอบนั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยส่วนบุคคล วัฒนธรรม สังคม และการสื่อสาร เป็นการมองในเชิงมหภาคหรือกรอบคือโครงสร้างเชิงการรู้คิดที่เป็นพื้นฐานซึ่งชี้นำการรับรู้ และการเป็นตัวแทนของความจริงโดยทั่วไปแล้วผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารจะยอมรับกรอบโดยไม่รู้สึกรู้สีกตัว ยกตัวอย่างเช่น คน 2 คน อาจมีภาพสร้างต่อเหตุการณ์เดียวกันที่ไม่เหมือนกันก็ได้ เพราะใช้กรอบในการมองหรือรับรู้ที่แตกต่างกัน การวางกรอบจะแสดงถึงคุณภาพของการสื่อสาร ในการที่จะคัดเลือกและการเน้นความเด่นให้กับบางด้านของข้อมูล โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลบางอย่างเป็นที่ยอมรับมากกว่าข้อมูลอื่น ๆ

ทฤษฎีการวางกรอบมีการนำมาใช้ศึกษามิติการสื่อสาร (Gamson, 2003) โดยให้ความสนใจกับ 1) กระบวนการของกรอบที่ถูกผลิตและผลิตซ้ำ (Produce and reproduce) ผ่านการให้ความหมาย (Meaning) ในรูปของข้อความ (Text) ของผู้ผลิตกรอบ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อข่าวกับแหล่งข้อมูล (Sources) และกระบวนการเลือกแหล่งข้อมูลที่จะอ้างอิง (To quote) 2) การวิเคราะห์กรอบ (Frame analysis) โดยมุ่งศึกษาข้อความและสิ่งที่เป็นบริบทที่เกี่ยวข้อง และ

3) การศึกษาปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของข้อความที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารในการต่อรองความหมาย (Negotiating meaning) กล่าวได้ว่าการวางกรอบจึงเป็นส่วนหนึ่งของการจัดระบบโลกแห่งความหมาย (Reese, 2003)

Matthes (2009) ได้วิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการวางกรอบข่าวที่เผยแพร่ในวารสารวิชาการของโลกระหว่างปี 1990 -2005 จำนวน 131 เรื่องและพบว่าทำให้ให้นิยามความหมายของกรอบและการวางกรอบนั้น แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) กรอบในเชิงนามธรรม เป็นการให้นิยามความหมายอย่างกว้าง เช่น นิยามความหมายของ Gitlin (1980) ที่กล่าวว่ากรอบคือหลักการของการเลือกการนำเสนอ โดยใช้ความรู้ที่ติดตัวเรามาเพื่อที่จะบอกวาอะไรมีอยู่ อะไรกำลังเกิดขึ้น และอะไรที่สำคัญ 2) กรอบในเชิงรูปธรรม เป็นการให้นิยามอย่างแคบหรือเฉพาะเจาะจง นิยามเชิงปฏิบัติการ กำหนดให้กรอบมีลักษณะเป็นอย่างไร หรือกรอบต้องประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

การวางกรอบจึงเป็นกระบวนการของการคัดเลือกเพื่อที่จะมีอิทธิพลเหนือการรับรู้ความหมายของผู้รับสาร โดยกรอบนี้เองจะเป็นตัวกำหนดส่วนประกอบของข่าว ข้อมูลข่าวสาร หรือวาทกรรม ในแบบที่ส่งเสริมและไม่ให้ผู้รับสารตีความเป็นอย่างอื่น ดังนั้นนักวางกรอบที่ดีจะเน้นความหมายที่สอดคล้องหรือตรงกับความรู้สึกของตนที่สุด เพื่อให้ได้กรอบที่ไปในทางเดียวกับผู้รับสารหรือการคัดเลือกบางมุมของข้อมูลและทำให้เด่นชัดกว่าข้อมูลอื่น ๆ เพื่อที่จะส่งเสริมการรับรู้ในเรื่องนั้น ๆ ดังนั้นบุคคลจะแสดงปฏิกิริยาต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในแบบไหนก็ขึ้นอยู่กับว่าผู้ส่งสารวางกรอบเรื่องนั้นไว้อย่างไร การวางกรอบสร้างขึ้นจาก 4 แหล่ง ได้แก่ 1) การสื่อสาร เป็นแหล่งที่สร้างกรอบพื้นฐานจากการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่สื่อถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร 2) ข้อความ เป็นเครื่องมือสำหรับการส่งไปยังผู้รับสาร 3) ผู้รับสาร เป็นผู้สร้างกรอบจากประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิต รวมถึงการฟังข่าวจากแหล่งที่สอง และ 4) วัฒนธรรม ของสังคมที่บุคคลเลือกว่ากรอบตามที่มีอยู่ในวัฒนธรรมของห้วงเวลานั้น ๆ

การวางกรอบข่าวของสื่อมวลชนยังได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการผลิตข่าว กลุ่มการเมืองและแหล่งข่าว เช่น นักการเมือง คณะรัฐมนตรี กลุ่มผลประโยชน์ ข้าราชการ และบริบททางวัฒนธรรมด้วย จึงกล่าวได้เช่นกันว่า กรอบข่าวเป็นคุณลักษณะสำคัญของข่าวที่มีผลต่อผู้สื่อข่าวโดยตรงในการรวบรวมรูปแบบเพื่อกำหนดแนวทางให้สอดคล้องกับกรอบที่ตนเองกำหนดด้วยการรวบรวมข้อเท็จจริง คำพูด และองค์ประกอบอื่น ๆ เข้าไว้ด้วยกันในรูปของข่าว สื่อมวลชนไม่เพียงแต่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารเนื่องจากการจัดลำดับความสำคัญของสารตามทฤษฎีการกำหนดวาระเท่านั้น แต่สื่อมวลชนยังมีอิทธิพลผ่านการนำเสนอที่อาจนำเสนอในบางแง่มุมหรือประเด็น โดยอาศัยกรอบและการวางกรอบที่ส่งผลให้ผู้รับสารตีความไปในทางที่สื่อมวลชนต้องการ กล่าวได้ว่าการวางกรอบเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดวาระหรือเป็นขั้นตอนที่สองของการกำหนดวาระ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของผู้รับสาร การวางกรอบเป็นส่วนช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างผลกระทบทั้งต่อ

บุคคลและสังคมโดยรวมได้ตามจุดมุ่งหมายของผู้สื่อสาร ในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งการวางกรอบ ข้อมูลที่จะสื่อสารไปยังผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพื่อให้เกิดการรับรู้ เปลี่ยนแปลงความคิด และ ปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้เป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะขอบเขตของเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารนั้นไม่มีกำหนดตายตัว ผู้สื่อสารหรือผู้วางกรอบจึงต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการเลือกวางกรอบให้ตรงกับแนวทางที่ต้องการเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ตรงเป้าหมาย ซึ่งก็คือการได้รับเลือกเข้าสู่ตำแหน่งนั่นเอง

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิงห์ สิงห์ขจร (2560) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น” พบว่า 1) ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเป็นผู้ที่มีประวัติที่มีการช่วยเหลืองานสาธารณะมาอย่างต่อเนื่อง มีความน่าเชื่อถือ แต่งกายเหมาะสม มีความคิดเชิงการพัฒนา พูดจริงทำจริง พูดคุยสนุกสนาน มีความเป็นกันเอง มีทักษะการสื่อสารที่ดี สนใจรับฟังเรื่องราวปัญหาของประชาชน 2) กระบวนการสื่อสาร (1) วางแผนการสื่อสารทุกกิจกรรม โดยการประชุมกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ มาร่วมกำหนดแผนการสื่อสาร กำหนดทีมผู้ส่งสารต้องมีความน่าเชื่อถือ กำหนดสารที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและใช้ภาษาท้องถิ่น สั้น เข้าใจง่าย ใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และใช้ป้ายเป็นสื่อเสริม เน้นข่าวสารที่เข้าถึงประชาชน กำหนดผู้รับสารมีการแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามพื้นที่ (2) การดำเนินการสื่อสาร มีการจัดโครงสร้างองค์กร จัดการทรัพยากรแบบกระจายให้แต่ละพื้นที่เท่า ๆ กัน ปฏิบัติการสื่อสารเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน การอำนวยความสะดวกและการประสานงานผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก ติดตามและควบคุมโดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและสมาชิกแกนนำเครือข่ายต่าง ๆ (3) การประเมินการรับรู้ โดยการสังเกตพฤติกรรมการตอบรับ ประเมินผ่านเครือข่ายหลังจากลงพื้นที่พบปะประชาชน การประเมินกิจกรรมดูจากจำนวนของประชาชนที่เข้าร่วม และประเมินความพึงพอใจหลังกิจกรรม 3) กลยุทธ์การสื่อสาร คือ (1) การสร้างเครือข่ายมีการลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องให้รู้สึกใกล้ชิด (2) การสร้างความสัมพันธ์โดยเน้นการเป็นพี่เป็นน้องและเป็นคนบ้านเดียวกันต้องดูแลซึ่งกันและกัน (3) การสร้างกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชน (4) การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลงานอย่างต่อเนื่อง 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น คือ (1) การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสั้นกระชับเข้าใจง่าย การพูดให้สนุกสนานและมีสาระ สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้

ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น (2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสาร ผู้นำต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่น ๆ เสริม มีความต่อเนื่องในการสื่อสาร นำ การประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสาร ให้ดีขึ้น

เพ็ญจันทร์ ล้อจักรชัย (2561) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองของนักวิชาการ : ศึกษากรณีผู้ดำรงตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร” จากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เป็นนักวิชาการในแต่ละพื้นที่พบว่า 1) กลยุทธ์ที่เป็นส่วนผลักดันให้ประชาชนตัดสินใจเลือกคือ (1) ความเป็นข้าราชการครู (2) การสร้างความผูกพันกับผู้เลือกตั้ง ซึ่งใช้ได้ดีกับสังคมชนบท (3) ความนิยมชมชอบในพรรคการเมืองที่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ให้การสนับสนุน (4) ทักษะการปราศรัยและการสื่อสารที่ดี และ (5) การนำเสนอนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และ 2) ข้อสังเกตที่ได้ใหม่คือ (1) ความเป็นนักวิชาการมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในแต่ละพื้นที่ (2) ชื่อเสียงของพรรคการเมืองเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ชนะการเลือกตั้งได้ (3) การเข้าใจระบบสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารของนักวิชาการในการรณรงค์เลือกตั้งหาเสียงประสบความสำเร็จ

ภฤติยา รุจิโชค (2564) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล” พบว่า 1) การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลมีรูปแบบการสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านสื่อดิจิทัล มีการสร้างเนื้อหา ภาพ วิดีโอ กราฟฟิกให้เหมาะสมกับสื่อดิจิทัล มีองค์การประชาสัมพันธ์รัฐ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐและประชาสัมพันธ์พรรคการเมือง ทำหน้าที่ร่วมกันเพื่อดูแลภาพลักษณ์รัฐบาลให้เป็นไปตามนโยบายประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล 2) ปัจจัยที่สนับสนุนการจัดการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัลได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผนการสื่อสารทางการเมือง นโยบายการสื่อสารทางการเมืองและการจัดการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล

สุชานุช พันธนิยะ และฮาซันอักกริม ดงนะเต็ง (2563) ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง” พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรังจังหวัดตรัง ที่มีต่อคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านคุณธรรมและจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านบุคลิกภาพ ด้านประสบการณ์ในการทำงาน และด้านการบริหารกับด้านวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2) ประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง จังหวัดตรังที่มีอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ



นิชาวดี ตานีเห็ง (2560) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้” พบว่า 1) การเปรียบเทียบรูปแบบการใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงาน พบว่า ประสบการณ์ทางการบริหาร คุณวุฒิการศึกษา ทักษะคิดและความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและทักษะการสื่อสารเฉพาะบุคคลส่งผลให้นายกองค์การบริหารส่วนตำบลมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่างกัน 6 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์รู้เขารู้เราเท่าทันเทคโนโลยี กลยุทธ์เข้าใจเข้าถึง ฟังพาได้ 24 ชั่วโมง กลยุทธ์สื่อสารคุณธรรมนำการพัฒนา กลยุทธ์สื่อสารผสมพลังทีมงาน กลยุทธ์สื่อสารประสานสัมพันธ์ และกลยุทธ์สื่อสารสมานฉันท์ชุมชน 2) องค์ประกอบสมรรถนะการสื่อสาร ได้แก่ สมรรถนะหลัก ด้านการพูดและนำเสนอ การฟัง บุคลิกภาพ การสร้างความสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างช่องทางการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสื่อสารใหม่ และสมรรถนะเฉพาะเชิงพื้นที่ที่ปฏิบัติงาน ด้านการเป็นแบบอย่างผู้นำในวิถีอิสลาม และการสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการสื่อสาร ได้แก่ ด้านประเด็นเนื้อหาการพัฒนาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ บุคลิกภาพสำหรับผู้นำท้องถิ่นยุคใหม่ การพูดต่อหน้าชุมชน การสื่อสารในภาวะวิกฤติ และการเท่าทันเทคโนโลยีดิจิทัล และด้านรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะ ได้แก่ การฝึกอบรมปฏิบัติการ การสัมมนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การถอดบทเรียนความสำเร็จ และการศึกษาดูงานองค์กรที่ผู้นำท้องถิ่นมีสมรรถนะการสื่อสารระดับสูง

ภาคิน โชติเวศย์ศิลป์ (2562) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีที่มาจากกรณียึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง ” พบว่า 1) ภาพลักษณ์และความเป็นตัวตนของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ประกอบด้วย (1) ความมั่นใจและมุ่งมั่นในการแก้ปัญหาประเทศ (2) ความรักชาติและความซื่อสัตย์ (3) ความเป็นเผด็จการ (4) ไม่เกรงกลัวสื่อมวลชน (5) อารมณ์ขัน 2) กลยุทธ์การสื่อสารทางด้านเนื้อหาสาร ได้แก่ (1) พัฒนาค่านิยมไทยที่พึงประสงค์ (2) ความปรองดองสมานฉันท์ (3) การจัดระเบียบทางสังคม และ (4) ความรักชาติ 3) กลยุทธ์ด้านรูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ รูปแบบที่เป็นแบบทางการ (แถลงนโยบายสุนทรพจน์ แถลงข่าว) รูปแบบบันเทิง เช่น เพลง ละคร รูปแบบแพลตฟอร์ม และมีรายการประจำของรัฐบาล รายการเดินหน้าประเทศไทย หรือ คินความสุขประเทศไทย เป็นต้น โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเข้าถึงผู้รับสารที่เป็นประชาชนคนไทยได้อย่างทั่วถึงเพราะมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย

สุชาติ เวสารัชชระกุล (2561) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสตรีไทย: ศึกษากรณีสตรีผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในกรุงเทพมหานคร” พบว่า 1) นางสาวเจิมมาศ จิงเลิศศิริ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีจุดเด่นคือการทำงานที่รวดเร็วเหมือนคำขวัญ จนชาวบ้านประทับใจ มีการติดตามปัญหาของชาวบ้านอยู่เสมอ และเน้นการสื่อสารความจริงใจในการทำงานกับประชาชน มีการส่งสารด้านการพัฒนาสาธารณูปโภคและใส่ใจในการพัฒนาความรู้คนในพื้นที่ เช่น



การเปิดอบรมสอนภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและคอมพิวเตอร์ฟรี รวมถึงการที่นางสาวเจิมมาศมีระบบสังคมวัฒนธรรมสอดคล้องกับผู้รับสารกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ จึงทำให้การสื่อสารสำเร็จ รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในการถ่ายทอดสาร และเน้นการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารไปยังประชาชน 2) นางรสนา โตสิตระกูล สมาชิกวุฒิสภา กรุงเทพมหานคร มีจุดเด่นของการสื่อสารทางการเมืองที่เน้นการต่อสู้เพื่อความถูกต้องของสังคมในการสื่อสาร และชิงพื้นที่ข่าวโดยสารเป็นเรื่องที่กระทบกับผลประโยชน์ของคนทั้งประเทศ ทำให้มีประชาชนติดตามงานอยู่เสมอ รวมถึงนางรสนาเองเป็นผู้มีความสามารถทางการสื่อสารเพราะจบมาในด้านการสื่อสารมวลชน ทำให้การนำเสนอข้อมูลมีความโดดเด่น และให้ความสำคัญกับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก และเน้นสื่อสารผ่านสื่อมวลชนให้เป็นตัวกลางในการนำเสนอข่าวสาร 3) นางผุสดี วงศ์กำแหง สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร มีจุดเด่นในการสื่อสารคือการสร้างความผูกพันกับคนในพื้นที่เขต โดยช่วยเหลือประชาชนในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการศึกษา ที่มีการสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียน เน้นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล โดยผ่านผู้นำความคิดของชุมชนและผู้นำทางศาสนา 4) สรุปได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสตรีส่วนมากมุ่งเน้นประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ โดยไม่ต้องสื่อสารเรื่องความแตกต่างทางเพศเพื่อเรียกร้องความสนใจ และคุณลักษณะที่นำไปสู่ความสำเร็จ คือ การมีการศึกษาที่ดี การสื่อสารชัดเจนและตรงประเด็น สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม ใช้สื่อใหม่ในการสื่อสาร กระแสนิยมของพรรคการเมือง และบุคลิกภาพมีเอกลักษณ์

มณี ศรีสมุทร (2566) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น” พบว่า 1) ภาพลักษณ์ปัจจุบันคือภาพลักษณ์ที่ประชาชนรับรู้แล้ว และภาพลักษณ์ของผู้นำการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์คือมีการศึกษาดี บุคลิกลักษณะดีติดดิน พงง่ายและเป็นกันเอง เป็นแบบอย่างที่ดี ยึดมั่นในหลักกฎหมาย 2) การวางแผนการสื่อสารวิเคราะห์เอกลักษณ์เชิงบวก เพื่อสร้างสโลแกนสอดคล้องกับผู้รับสาร ใช้สื่อและกิจกรรมสารณประโยชน์ มีผู้รับสารหลักและรอง 3) ดำเนินการสื่อสารกำหนดประเด็น วางเนื้อหาหลัก ใช้คำสั้น ปรับบุคลิกภาพ และ 4) ประเมิน ติดตามภาพลักษณ์ที่ดีของผู้นำการเมืองท้องถิ่น

จิรวรรณ ยิ้มปลื้ม (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)” พบว่า 1) ความคิดเห็นของบุคลากรต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ในภาพรวม และรายปัจจัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่าปัจจัยที่อยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารและปัจจัยทักษะในการสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารรองลงมาคือ ปัจจัยการรับรู้และเข้าใจข่าวสารจากช่องทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยที่อยู่ในระดับมากลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยการรับรู้และเข้าใจประเภทของ

ข่าวสาร 2) การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาไม่ต่างกัน แต่แตกต่างกันที่ระดับการปฏิบัติงาน 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร พบว่า การพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรในการสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ให้มีประสิทธิภาพ เช่น เว็บไซต์, ระบบอินทราเน็ต, ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Saraban), จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) การพัฒนารูปแบบวิธีการ เนื้อหา สาร และช่องทางให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ การประเมินผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง โดยการกำหนดหลักสูตรต่าง ๆ เช่น หลักสูตรการใช้สื่อ Social Media, หลักสูตรการเขียนข่าว การสร้าง Content ที่ดี, การพัฒนาผู้ที่ทำหน้าที่โฆษกสำนักงาน ป.ป.ช. เช่น การให้ข่าว การให้สัมภาษณ์ เป็นแนวทางที่บุคลากรเห็นด้วยกับการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร

รัตติกาล แก้วเกิดมี (2562) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน : ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2547-2551” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบริบททางการเมือง ที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 22547-2551 ศึกษากระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่ากทม.ผ่านกรอบแนวคิดการตลาดทางการเมือง ของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ที่ครอบคลุมทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสารในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ได้นำเอาทฤษฎีการตลาดทางการเมืองมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่ากทม.อย่างเต็มรูปแบบ เป็นนักบริหารมืออาชีพ ที่จะนำเอาความรู้ความสามารถจากการบริหารงานภาคเอกชนมาใช้ในการบริหาร นำเสนอนโยบายให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายอภิรักษ์โกษะโยธิน สอดประสานไปกับบริบททางการเมืองในช่วงเวลาปีพ.ศ. 2547-2551 และเป็นไปตามทฤษฎีของเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) และ ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair)

ปรมิษฐ์ ปุรณาคม (2561) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรกรณีศึกษาของธุรกิจอุตสาหกรรมยาสูบแห่งหนึ่ง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานเพื่อนำความคิดเห็นที่ได้ของพนักงานมาปรับปรุงและพัฒนาให้การสื่อสารในองค์กรดีมากยิ่งขึ้น พบว่า พนักงานในระดับหัวหน้างานและพนักงานนั้นให้ความคิดเห็นหรือความพึงพอใจที่ต่างกันออกไปกล่าวคือพนักงานในระดับหัวหน้างานนั้นมองว่าการสื่อสารในองค์กรนั้นไม่มีปัญหาซึ่งต่างออกไปจากในระดับของพนักงานที่มองว่าการสื่อสารในองค์กรนั้นยังมีปัญหาหรือข้อบกพร่องต่อการทำงานในชีวิตประจำวันอยู่ ซึ่งความคิดเห็นที่ต่างออกันนี้เกิดจากปัจจัยหลายประการเช่น เนื้อหาและรูปแบบของภาษาที่ใช้กันนั้นไม่มีความเหมาะสม เช่น

ภาษาที่ใช้ในเอกสารหรือแบบฟอร์มการทำงานนั้นเป็นภาษาอังกฤษจึงเป็นปัญหาต่อการทำงานของพนักงานที่ไม่มีความรู้ในด้านภาษาจึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการสื่อสารที่แตกต่างกัน และหัวหน้างานและพนักงานนั้นยังมีพฤติกรรมที่ให้ความสำคัญในเนื้อหาของสารที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปจึงทำให้เกิดความพึงพอใจที่ต่างกันระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน และพนักงานในองค์กรมีความคาดหวังที่จะพัฒนาการสื่อสารในองค์กร

ปิยะรัตน์ สนแจ่ง (2561) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษากรณีประชาชนกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2562” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของชาวกรุงเทพมหานครกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในปี พ.ศ. 2562 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านนโยบายด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านพรรคการเมือง และด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง โดยด้านคุณสมบัติที่มีผลมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่พึ่งของประชาชนได้ มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับประชาชนได้ดี ลงพื้นที่สม่ำเสมอ เป็นผู้มีความสามารถในการสื่อสาร บุคลิกภาพดี และการมีความรู้สูงกว่าปริญญาตรี

ธวัชิต เทียบคำ (2561) เรื่อง การตัดสินใจทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 24 มีนาคม 2562 ของชาวบ้านในหมู่บ้านไม้ชิงธาร ตำบลศาลากลาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาและวิเคราะห์การตัดสินใจทางการเมืองของชาวบ้านในหมู่บ้านไม้ชิงธาร ตำบลศาลากลาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี, ศึกษาและวิเคราะห์สิ่งที่คาดหวังภายหลังจากการเลือกตั้ง และวิเคราะห์ปัญหาที่ชาวบ้านต้องการให้รับแรงในการแก้ไขพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจทางการเมืองด้านภาพลักษณ์ที่ชาวบ้านเห็นด้วยที่สุดว่าควรมีคือ ประชาชนมีความต้องการผู้สมัคร ส.ส. คือผู้สมัครที่มีความสุจริต ยุติธรรม ยึดมั่นในหลักประชาธิปไตย ไม่ควรมีความย่อหย่อนต่อหน้าที่ หลังจากได้รับการเลือกตั้งไปแล้ว รองลงมาคือ พรรคการเมืองต้องคัดสรรผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถมากกว่ากลุ่มเครือญาติหรือเพื่อนพ้อง

ชุติมา ศิริเมธาวี (2560) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดลพบุรี: ศึกษาวิจัยในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2560 โดยศึกษา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดลพบุรี, ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกตั้ง และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจเลือกตั้ง พบว่า ประชาชนในจังหวัดลพบุรีอาศัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

เรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ปัจจัยด้านนโยบายเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด ปัจจัยด้านบริบททางการเมือง และปัจจัยด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร จากมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความซื่อสัตย์สุจริต ระดับการศึกษาของผู้สมัคร เป็นบุคคลที่นำความเจริญมาสู่ท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ประชาชนพึ่งพาได้ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี

ธงชัย ยางสวย (2565) เรื่องการประเมินภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยที่ศึกษา 1) ระดับการประเมินภาวะผู้นำของ ผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี และ 2) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า ประชาชนต้องการให้ ผู้บริหารท้องถิ่นให้ความสำคัญกับประชาชนเท่าเทียมกัน ผู้บริหารท้องถิ่นควรลงพื้นที่ใกล้ชิดประชาชน เพื่อรับทราบปัญหา และควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมกับองค์การบริหารส่วนตำบลให้มากกว่านี้

ราชนทร์ นพัญจร (2561) เรื่อง ภาวะผู้นำในการบริหารงานปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา : องค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี โดยศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อภาวะผู้นำในการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำในการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหาร ส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า บุคลากรมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ด้านการสร้างจุดยืนและอุดมการณ์แน่วแน่ของตนเอง การสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ครบถ้วน การฝึกฝนความอดทนอดกลั้น และพัฒนามนุษยสัมพันธ์ ศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ และการเปิดโอกาสให้ผู้ที่บังคับบัญชาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณา และตัดสินใจ รวมถึงการให้คำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

ธัญญลักษณ์ เอียดแก้ว (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ กรณีศึกษา : ตำบลสะทอน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ของประชาชน ตำบลสะทอน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา 2) ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์จำแนกตามเจนเนอร์เรชั่น และ 3) เพื่อศึกษาความสนใจข่าวสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ของประชาชน ตำบลสะทอน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา ในภาพรวม อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ซื่อสัตย์สุจริต รองลงมา คือ มีระบบระเบียบในการทำงาน ตัดสินใจเด็ดขาด มอบหมายงานอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างแรงบันดาลใจ มีวิสัยทัศน์ และสื่อสาร

สนุก สิงห์มาตร (2560) เรื่อง คุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรในศตวรรษที่ 21 โดยศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์, ปัจจัยที่ทำนายภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนา

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้นำที่จะสามารถพัฒนา คุณลักษณะภาวะผู้นำได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องมีปัจจัยคุณลักษณะดังต่อไปนี้ คือ การรอบรู้ มีอุดมการณ์ เเท่าทัน กล้าตัดสินใจ มีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ สร้างทีม และให้บริการ

สุคนธ์ เกาทอง (2562) เรื่อง คุณลักษณะของนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ในเขตเทศบาลเมืองควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลเมืองควนลังที่มีต่อคุณลักษณะของนายกเทศมนตรี ในด้านวิสัยทัศน์ ด้านภาวะผู้นำด้านคุณธรรมและจริยธรรม และด้านเฉพาะส่วนบุคคล รวมไปถึงความพึงพอใจและความคิดเห็นของประชาชนในความต้องการนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ พบว่า ประชาชนมีความต้องการผู้นำที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประพฤติตนและปฏิบัติตนที่ดีซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหลักสำคัญในการบริหารและพัฒนางองค์กร ต้องที่เป็นผู้นำที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารและการพัฒนาพื้นที่ตำบลควนลัง มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรม มีความเสมอภาค และสำคัญที่สุดคือเข้าใจในปัญหา และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง มุ่งมั่นในการแก้ไข เพื่อประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่

ภิญญาพัชญ์ สรณวัชรเอกากุล (2566) เรื่อง คุณลักษณะผู้นำท้องถิ่นที่พึงประสงค์กับการบริหารการพัฒนาชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาพฤติกรรมการพัฒนาของผู้นำท้องถิ่นที่ประสบผลสำเร็จในการบริหารการพัฒนาชุมชน, ภาวะผู้นำและระบบวิธีคิดของผู้นำท้องถิ่นที่ประสบผลสำเร็จในการบริหารการพัฒนาชุมชน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำท้องถิ่นกับการบริหารการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มั่นคง ยั่งยืน พบว่า ผู้นำท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการเสียสละส่วนตัว ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม และจิตสาธารณะที่เข้มแข็งเพื่อรับใช้และตอบสนองความต้องการของชุมชน สอดคล้องกับหลักการเป็นพลเมืองในวิถีระบอบประชาธิปไตย โดยสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่กล่าวถึงความเป็นพลเมืองในวิถีระบอบประชาธิปไตย มีหลักพื้นฐานสำคัญอยู่ 3 ประการ ดังนี้ เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เคารพสิทธิเสรีภาพ และกฎกติกาของสังคมที่เป็นธรรม และรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น สังคม และประเทศชาติ

วันชนะ ชัยรุ่งเรือง (2566) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า ประชาชนจะพิจารณาผลงานที่ผ่านมา นโยบายที่ได้เสนอให้แก่ประชาชนก่อนการเลือกตั้งและผู้ที่มีความช่วยเหลือทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่น โดยประชาชนมีความคาดหวังว่าผู้ที่มีความรู้ มีระดับการศึกษาสูง หรือมีประสบการณ์ในการทำงานจะเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีการกำหนดนโยบายสาธารณะที่สามารถแก้ไขปัญหาของพี่น้องประชาชนได้อย่างรวดเร็ว มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมนโยบายใหม่ ๆ ที่จะสามารถพัฒนาตำบลให้ดียิ่งขึ้น



สอดคล้องกับทฤษฎีการโน้มน้าวใจโดยใช้บุคลิกของผู้ส่งสาร โดยแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร มีความตั้งใจในการรักษาผลประโยชน์ มีหลักฐานสนับสนุนจากผลการดำเนินงานทำให้คนเกิดความเชื่อมั่นและคล้อยตาม

ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ (2562) เรื่อง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2556 พบว่า กลยุทธ์ในการหาเสียงด้วยการชูนโยบายการหาเสียงเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร โดยให้ความสำคัญไปกับปัจจัยพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่กลุ่มผู้เลือกตั้งให้ความสนใจ

แก้วภัทรา จิตรอักษร (2562) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1 โดยศึกษาศึกษาคุณลักษณะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา , การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา และความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมในด้านการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกันมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสถานศึกษา ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนา มีการทำงานที่ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน มีความรับผิดชอบร่วมกัน รวมถึงผู้บริหารมีการควบคุมกำกับ ดูแล นิเทศและติดตามงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

เสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์ (2562) เรื่อง การบริหารจัดการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภาคกลาง โดยศึกษาการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับรางวัลในจังหวัดภาคกลางด้วยเทคนิค 7S และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศด้วยเทคนิค 7S ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดีที่ได้รับรางวัล พบว่า การบริหารงานองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จต้องคิดริเริ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอให้ทันยุคสมัยและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนวัตกรรมที่คิดริเริ่มขึ้นมาต้องตอบสนองความต้องการของประชาชน เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนได้ใช้เทคโนโลยีการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง มีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว การจัดเก็บข้อมูลให้สะดวกและรวดเร็ว มีการวิเคราะห์ถึงระบบงานขององค์การในทุก ๆ เรื่อง

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2547) เรื่อง สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา พบว่า ปัจจัยที่เสริมสร้างสมรรถนะการสื่อสารที่สำคัญประการหนึ่งในการระดมการพัฒนาของผู้นำเพื่อการพัฒนา คือการสื่อสารด้วยการกระทำ เป็นการสื่อสารด้วยการทำให้เห็นเป็นแบบอย่าง ผู้นำชุมชน มีการร่วมกิจกรรมและลงมือปฏิบัติงานในการสร้างผลงานร่วมกับ



ประชาชนในชุมชน และเน้นการ สร้างผลงานเชิงประจักษ์ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน สอดคล้องกับ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่กล่าวว่า มนุษย์เราติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติม เต็มความต้องการและสิ่งที่จูงใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและเนื้อหา อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อนำไปสู่ ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง และเลือกรับสารตามความต้องการ

Ainol Mardhiah, Cindenia Puspasari, Maisyura และ Nanda Ameliany (2021) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองของสมาชิกสภานิติบัญญัติหญิงชาวอาเจฮ์ในการส่งสารไปยังชุมชน” พบว่าช่องทางการสื่อสารที่ควรใช้คือใช้การสื่อสารมวลชน การสื่อสารแบบกลุ่ม และช่องทางโซเชียล โดยใช้การสื่อสารแบบตัวต่อตัวในการอธิบายนโยบาย และโครงการที่จะดำเนินการ หรือกำลังดำเนินการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงปณิธานที่ตั้งใจ

Angelina Caroline Wagner (2015) ศึกษาเรื่อง “การหาคะแนนเสียงการเลือกตั้ง : กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งเทศบาลแคนาดา” พบว่า 1) นักการเมืองชาย และหญิงใช้กลยุทธ์การสื่อสาร และเทคนิคในการสื่อสารเท่ากัน รวมถึงการออกสื่อ ภาพลักษณ์ที่ แสดงออกไปยังสาธารณะก็ได้รับการสนับสนุนไม่ต่างกัน 2) พบความแตกต่างของคุณลักษณะผู้สมัคร รับเลือกตั้งที่เป็นคนเมืองเปรียบเทียบกับคนท้องถิ่นในสื่อ เทคนิคการรณรงค์หาเสียงที่ต่างกันส่งผลต่อ การเลือกการสื่อสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งและผลลัพธ์ที่ต่างกัน 3) แม้ว่าจะมีอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็น เครื่องมือในการรณรงค์หาเสียงแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้งยังคงเชื่อมั่นในความสำเร็จของการสื่อสารแบบ เเผชิญหน้ากับผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง และการขาดปฏิสัมพันธ์ที่เพียงพอระหว่างผู้ลงสมัครรับเลือกตั้ง กับผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง ไม่ว่าจะการติดต่อออนไลน์หรือด้วยตนเองส่งผลต่อประชาชนในระดับ ท้องถิ่น 4) ผู้สมัครรับเลือกตั้งหลายคนกระตือรือร้นที่จะหารือประเด็นทางการเมืองกับผู้มีสิทธิลงคะแนน เลือกลง

Agustina Haime , Agustin Vallejo และ Leslie Schwindt-Bayer (2022) ศึกษาเรื่อง “ประสบการณ์ของผู้สมัครและความสำเร็จในการเลือกตั้ง” โดยทำการเก็บข้อมูลผู้สมัครรับเลือกตั้ง 7 ตำแหน่ง ในช่วงปี 1998 และ 2018 พบว่าประสบการณ์การเมืองก่อนหน้านี้มีผลต่อความสำเร็จใน การเลือกตั้งของผู้สมัครถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับชัยชนะในการเลือกก็ตาม ประสบการณ์ในการลงสมัครไม่ จะได้รับเลือกหรือไม่ก็สามารถให้ประโยชน์หลายประการแก่ผู้สมัคร เช่น ความเชี่ยวชาญในการ จัดการรณรงค์ที่แข็งแกร่ง การสร้างเครือข่าย และการได้เป็นที่มองเห็นจากบรรดาผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ดังนั้น ประสบการณ์การสมัคร ไม่ใช่เพียงแค่ประสบการณ์การได้อยู่ตำแหน่ง มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความสำเร็จในการเลือกตั้ง พบว่าผู้สมัครที่เข้าร่วมการเลือกตั้งที่ผ่านมาแต่แพ้ จะมีโอกาสมากขึ้นที่ จะชนะเมื่อพวกเขาลงสมัครในการเลือกตั้งในอนาคตสำหรับตำแหน่งที่เหมือนกันหรือตำแหน่งต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สมัครที่ไม่มีประสบการณ์ในการลงสมัคร ดังนั้น ประสบการณ์การสมัครไม่เพียง แต่ประสบการณ์อยู่ในตำแหน่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะชนะการเลือกตั้ง

Colin Scott และ Mike Medeiros (2020) เรื่อง บุคลิกภาพและอาชีพทางการเมือง: บุคลิกภาพประเภทใดที่มีแนวโน้มจะลงสมัครรับตำแหน่งและได้รับเลือก? โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและอาชีพทางการเมือง จากการสำรวจข้อมูลของผู้สมัครเลือกตั้งในระดับเทศบาล จากในแคนาดา และประชาชน เกี่ยวกับบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับการลงสมัครรับเลือกตั้งและความสำเร็จในการเลือกตั้ง พบว่าถ้าเทียบนักการเมืองกับประชาชนทั่วไป และระหว่างผู้ที่ชนะกับผู้ที่ไม่แพ้มีผลที่ต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประชาชนทั่วไป นักการเมืองมีระดับบุคลิกภาพที่ชอบเข้าสังคม ช่างเจรจา และเข้ากับคนอื่นได้ง่าย, มีการเปิดใจรับประสบการณ์หรือสิ่งใหม่ รับฟังผู้อื่น และมีความมั่นคงทางอารมณ์ที่สูงกว่าประชาชนทั่วไป

Titik Sumarti (2020) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของผู้นำสตรีระดับภูมิภาคอินโดนีเซีย โดยศึกษาวิเคราะห์รูปแบบและช่องทาง รวมถึงผลของการสื่อสารทางการเมืองโดยผู้นำผู้หญิงระดับภูมิภาคในอินโดนีเซีย พบว่า ผู้นำมีแนวโน้มที่จะเลือกรูปแบบและช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อรับข้อมูลทางการเมือง รูปแบบการสื่อสารเชิงโต้ตอบผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย สื่อกลางแจ้ง และสื่อมวลชน เช่น ทวิต และสื่อสิ่งพิมพ์ ช่องทางการสื่อสารที่ใช้มีทั้งช่องทางการสื่อสารส่วนตัว ช่องทางการสื่อสารกลุ่ม ช่องทางการสื่อสารสาธารณะ, ช่องทางการสื่อสารโซเชียลมีเดีย และช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิม

Usrotul Affiah & Dedik Yoga Hermawan (2020) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งอิสระ : กรณีศึกษาการเลือกตั้งระดับภูมิภาคของโวโนโซโบ 2020” พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งอิสระมีหลายกลยุทธ์ มีการรณรงค์หาเสียง ไปจนถึงการสร้างร่วมมือกับกลุ่มชุมชน 1) การรณรงค์หาเสียงที่พบอยู่ในรูปแบบของการติดตั้งป้ายโฆษณาหาเสียง, การให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อออฟไลน์และออนไลน์ รวมไปถึงการออกไปเยี่ยมเยียนในสถานที่สาธารณะ 2) การสร้างร่วมมือกับกลุ่มชุมชน ประกอบไปด้วยการสื่อสารระหว่างผู้นำกับกลุ่มบริหาร เพื่อที่จะตัดสินใจสื่อสารไปยังสมาชิกในชุมชนว่าจะเลือกใคร

Viktor Orri Valgarðsson (2020) เรื่อง นักการเมืองที่ดีและความไว้วางใจทางการเมือง: ช่องว่างที่แท้จริงในการเมืองอังกฤษ? โดยศึกษาจากกลุ่มประชาชน, นักการเมือง, และนักข่าวในประเทศอังกฤษ เพื่อสำรวจว่ากลุ่มใดที่มีแนวโน้มที่จะคาดหวังให้นักการเมืองแสดงออกตามเกณฑ์คุณลักษณะไหนใน 3 เกณฑ์นี้ ความสามารถ, ความซื่อสัตย์, และความเป็นจริง พบว่าทุกกลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดกับเกณฑ์ความซื่อสัตย์

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด งานวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ผู้ให้ข้อมูลหลักและหน่วยในการวิเคราะห์

ผู้ให้ข้อมูลหลักและหน่วยในการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม คือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัด และนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง โดยหน่วยในการวิเคราะห์เป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด แม่ฮ่องสอน องค์การบริหารส่วนจังหวัดจังหวัดพิษณุโลก และองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี

##### 1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักมีทั้งหมด 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ภูมิหลังทางครอบครัว และคุณสมบัติการดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมากกว่า 2 สมัย ดังนี้

1) นายอัครเดช วันไชยธนวงศ์ คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มี ภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง และเคยดำรงตำแหน่งมากกว่า 2 สมัย

2) นายมนต์ชัย วิวัฒน์ธนาฒย์ คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกที่มี ภูมิหลังเป็นนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ หรือมีธุรกิจในรอบครัวมาก่อน และเคยดำรงตำแหน่งมากกว่า 2 สมัย

3) พันตำรวจเอกธงชัย เย็นประเสริฐ คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐ และเคยดำรงตำแหน่งมากกว่า 2 สมัย

กลุ่มที่ 2 ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คัดเลือกโดย การเฉพาะเจาะจงจากทีมงานของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน, นายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี จังหวัดละ 2 คน รวม 6 คน

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง  
นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คัดเลือกโดยการเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่น จำนวน 3 คน ดังนี้

- 1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว
- 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร
- 3) ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวรัฐพัฒน์

## 1.2 หน่วยในการวิเคราะห์

การเลือกหน่วยในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเลือกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากตัวของผู้บริหารนั้นคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน 3 คน จากภูมิหลังจากภาคธุรกิจ, ภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐ และภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง โดยทั้ง 3 คนต้องได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งไม่ต่ำกว่า 2 สมัย ได้แก่องค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก, องค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี และองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด, ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และนักวิชาการการสื่อสารทางการเมือง โดยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ช่วยในการสัมภาษณ์ ได้แก่ อุปกรณ์บันทึกเสียง สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงโครงสร้างจะกำหนดแนวคำถามซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบได้อย่างอิสระตามที่ต้องการ และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปผลการวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเชิงลึกถึงโครงสร้าง จะแบ่งเป็น 3 ชุด มีรายละเอียด ดังนี้

ชุดที่ 1 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกถึงโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

- 1) การสื่อสารคุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อดทนอดกลั้น และความมุ่งมั่น มีความเป็นมืออาชีพ มีความสามารถและเทคนิคในการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความมั่นคงและยึดมั่นในหลักการ ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก มีความซื่อสัตย์ต่อการกระทำของตนเอง และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ การสื่อสารวิสัยทัศน์ แบ่งเป็นการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง วิสัยทัศน์ทางการบริหาร ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชนช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารนโยบาย แนวทางการสื่อสาร การสื่อสารผลงาน การสื่อสารผลงานที่เคยทำให้เห็นเป็นประจักษ์แก่ประชาชน

ชุดที่ 2 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

1) การสื่อสารคุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อุดมการณ์ และความมุ่งมั่น มีความเป็นมืออาชีพ มีความสามารถและเทคนิคในการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความมั่นคงและยึดมั่นในหลักการ ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก มีความซื่อสัตย์ต่อการกระทำของตนเอง และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ การสื่อสารวิสัยทัศน์ แบ่งเป็นการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง วิสัยทัศน์ทางการบริหาร ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชนช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารนโยบาย แนวทางการสื่อสาร การสื่อสารผลงาน การสื่อสารผลงานที่เคยทำให้เห็นเป็นประจักษ์แก่ประชาชน

ชุดที่ 3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ แบ่งเป็นแนวทางการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง แนวทางการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน

นำส่งแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเชิงลึกกึ่งโครงสร้างให้ผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอนุมัติ จากนั้นจึงดำเนินการขอรับรองจริยธรรมในมนุษย์ และเมื่อผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์แล้วจึงรายงานให้อาจารย์ที่ปรึกษารับทราบ และนำเครื่องมือการวิจัยไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป



### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลด้วยตนเองใช้เวลาทั้งสิ้น รวม 10 เดือน ตั้งแต่เดือน มีนาคม-ธันวาคม 2566 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน มีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.1 ขั้นตอนก่อนการวิจัยภาคสนาม

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทั้ง 3 คน คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน, นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี จัดทำหนังสือราชการขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาสัมภาษณ์เป็นข้อมูลในการจัดทำวิทยานิพนธ์จากต้นสังกัด และดำเนินการจัดส่งหนังสือราชการสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับตัวแทนของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์

#### 3.2 ขั้นตอนการวิจัยภาคสนาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นวิจัยภาคสนามหลังจากที่ได้รับอนุญาตจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และนักวิชาการสื่อสารการเมืองในการสัมภาษณ์แล้ว โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 ผู้สัมภาษณ์แนะนำตัวกับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเป็นกันเอง สร้างความไว้วางใจในเบื้องต้น และให้ทราบว่า การสัมภาษณ์นี้เป็นการวิจัยตามหลักสูตร หลังจากนั้นจึงแจ้งวัตถุประสงค์ในการวิจัยอีกครั้งจากที่ได้แจ้งให้ทราบแล้วในขั้นตอนการติดต่อขออนุญาตจากตัวแทน

3.2.2 ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ในลักษณะอย่างไม่เป็นทางการ โดยวิธีการพูดคุยซักถามในรูปแบบการสนทนาทั่ว ๆ ไป ปรับปรุงและยืดหยุ่นคำถามตามสถานการณ์

3.2.3 เมื่อเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ กล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล หากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมจะขออนุญาตโทรศัพท์สอบถามอีกครั้ง หรืออาจจะกลับไปพบอีกครั้งเพื่อเพิ่มเติมข้อมูล



#### 4. การตรวจสอบเครื่องมือ

ก่อนนำเครื่องมือไปใช้เก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นผู้วิจัยนำแนวคำถามไปทดสอบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยได้ทดสอบถึงความเหมาะสมในการใช้ภาษา ความชัดเจนของคำถาม และความครอบคลุมของคำถามและแนวทางที่ได้รับและนำกลับมาตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุง พร้อมขอคำปรึกษาและแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เครื่องมือดังกล่าวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยใช้ผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด ที่มวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารของนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด และนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง เพื่อเป็นการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลให้มีความถูกต้อง และครอบคลุมในทุกมิติของการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด

2. การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้จากการได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการด้านการสื่อสารเป็นผู้ตรวจสอบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง และนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้เกิดความแม่นยำและถูกต้องในการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อสรุปรวมโดยนำเนื้อหาสาระสำคัญของข้อมูลแต่ละประเด็นมาพิจารณาตีความเพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงและสัมพันธ์ของแต่ละปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อนำสู่การสร้างข้อสรุป ลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

- 5.1 ตรวจสอบข้อมูลที่ได้ว่าครบถ้วนและเพียงพอที่จะตอบวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่
- 5.2 จัดทำดัชนีโดยนำข้อมูลที่ได้อาจจัดกลุ่มว่ากลุ่มใด จัดแยกตามระยะเวลา
- 5.3 สร้างข้อสรุปชั่วคราวโดยนำข้อมูลที่ได้อีกเป็นหมวดหมู่มาตีความตามกรอบของทฤษฎี กรอบแนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อให้เห็นความเชื่อมโยง และสัมพันธ์ของแต่ละปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

5.4 เชื่อมโยงข้อมูลให้สมบูรณ์และพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้ข้อสรุปที่ได้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## 6. การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอผลงานวิจัยเป็นการนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย เพื่ออธิบายความหมาย ชี้แจงให้รายละเอียดและนำเสนอผลงานวิจัย บทที่ว่าด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ประกอบด้วย** คุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดด้านความรู้ ทักษะการสื่อสารมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม และความมีอุดมการณ์ ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดนนทบุรี

**ตอนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ประกอบด้วย** การสื่อสารวิสัยทัศน์ ประกอบด้วย การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง และการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ การสื่อสารนโยบาย และการสื่อสารผลงาน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดนนทบุรี

**ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ประกอบด้วย** แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก และนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยบทที่ 4 ซึ่งเป็นบทที่ว่าด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ผลการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**ส่วนที่ 2** ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

**ส่วนที่ 3** ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

โดยผลการศึกษาแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

**ส่วนที่ 1 : ผลการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด**

1.1 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด แม่ฮ่องสอน มีรายละเอียดคือ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อุดมการณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ความรู้ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีคุณลักษณะของความรู้ ประกอบด้วย ประวัติ และประสบการณ์ โดยในด้านของประวัติ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีประวัติสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท และมีประวัติการทำงานที่ดี เคยช่วยงานพัฒนา ช่วยเหลือท้องถิ่นและสังคมมาก่อน มีความคุ้นหน้าค่าตาสำหรับประชาชนในท้องถิ่น เป็นผู้ที่มีความรู้ในการบริหารจัดการ รู้จักการวางแผนและวางเป้าหมายในการทำงาน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จบบัณฑิตรามคำแหงนะครั้บ แล้วก็บริหารจัดการภาครัฐเอกชนของนิฉันะครั้บในปริญญาโท ผมมาเล่นการเมืองแม่ฮ่องสอนตั้งแต่ธันวาคม 2538... องค์ความรู้ที่ใช้ในการทำงาน น่าจะเป็นในเรื่องของการบริหารมากกว่าเนื่องจาก มันจะไปเกี่ยวข้องทั้งงาน ทั้งเงิน ทั้งคน การบริหารการวางแผนจะบริหารจัดการคนอย่างไร...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...นายทำงานอยู่ที่นี้มานานมากค้ะ เป็นนายกอบจ.มาหลายสมัยเป็นที่คุ้นเคยกับชาวบ้าน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ท่านนายกแจะเก่งในเรื่องการวางแผนนะเท่าที่สัมผัสมา จะไปไหนหรือทำอะไร แก็ก็จะคิดวางแผนล่วงหน้าไว้ก่อนแล้ว...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

ในด้านประสบการณ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมืองเคยมีประสบการณ์ทางการเมืองมาก่อนตั้งแต่สมัยศึกษาในมหาวิทยาลัย และทางครอบครัวอยู่ในวงการทางการเมืองจึงได้ซึมซับความรู้ทางการเมืองมาเรื่อย ๆ จนได้มีโอกาสได้ทำงานทางการเมืองทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น โดยเริ่มต้นจากการเมืองท้องถิ่นก่อนแล้วได้เข้าไปในการเมืองระดับชาติ และกลับมาในสายการเมืองท้องถิ่นอีกครั้ง กล่าวได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยกับงานทางการเมืองเป็นอย่างดี ตลอดจนมีความสามารถในการตัดสินใจในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี เป็นที่ประจักษ์แก่ประชาชนโดยทั่วไป ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ได้ตำแหน่งนายกอบจ.ช่วงต้นปีกลางปีในปีพ.ศ 2540 ถึงประมาณปลายปี 42 หรือต้นปี 43 แล้วไปแตะต้องการเมืองภาคสภาใหญ่ การเมืองระดับชาติ เนื่องจากครอบครัวผมเนี่ยะครั้บ เป็นนักการเมืองคุณพ่อเป็นสจ.ที่จังหวัดเชียงรายตั้งแต่ผมตัวเล็ก ๆ แล้วนะครั้บ แล้วก็เป็นประธานสภา แล้วก็เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเชียงราย เราก็จะเห็นการเมืองเนื่องจากอยู่ติดตัวกับพ่อนะครั้บ ก็ จะเห็นการเมืองก็จะซึมซับประสบการณ์ทางการเมืองแล้วก็เข้าไปเรียนในรั้วมหาวิทยาลัยรามคำแหง มันมีหลายแบบที่เป็นกิจกรรมหรือเป็นการเมืองค่อนข้างจะหนัก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...นายก็มีความพยายามในการสื่อว่าถึงแม้ฉันไม่ใช่คนที่นี่ แต่ก็มาทำงานที่นี่นานจนมันเป็นบ้านของฉันไปแล้ว และมีประสบการณ์ในการทำงานเยอะค่ะ...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ท่านนายกอบจ.ทำงานอยู่ที่นี่มานาน อยู่ในตำแหน่งมาแล้วหลายสมัย ชาวบ้านในพื้นที่รู้จักแทบหมด...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

2) ทักษะการสื่อสาร นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีทักษะการสื่อสารประกอบด้วย บุคลิกภาพ ทักษะการเจรจา และทักษะการโน้มน้าวใจ โดยในส่วนของบุคลิกภาพของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นผู้ที่บุคลิกภาพดี มีความกระฉับกระเฉง การพูดจา และการกระทำชัดเจน นอกจากนี้ยังเป็นที่ชื่นชมของผู้ที่ได้พบเห็น มีความเข้าใจในความสำคัญของการสื่อสาร ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญทั้งการสร้างแรงจูงใจ การสร้างแรงบันดาลใจนะครับ และต้องมีความชัดเจนในเรื่องของนโยบายสิ่งที่จะทำ ไม่ใช่เป็นนโยบายที่พูดให้ดูสวยหรูทางวลีแต่ปฏิบัติจริงไม่ได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...เวลาเจอเพื่อนร่วมงานหรือไปประชุมงานอะไรคนอื่นก็จะชมว่าตัวท่านนายกฯ ดูกระฉับกระเฉง บุคลิกภาพดี ยังดูเป็นคนหนุ่มอยู่ค่ะ...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ท่านนายกอบจ.เป็นคนมีบุคลิกภาพดีนะ แบบว่ายังไม่แก่ เวลาแก่คุยก็จะมีความทะลึ่งในการพูดคุยให้งานมันราบรื่นได้...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

ด้านทักษะการเจรจา นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเมื่อพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่จะเน้นประเด็นที่ต้องการจะสื่อบ่อย ๆ พูดในสิ่งที่เป็นความสนใจของประชาชนหรือเป็นประเด็นปัญหาที่เผชิญอยู่ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้



“...อย่างประเด็นปัญหาในพื้นที่เนี่ย ทุกคนน่าจะเคยได้ยินทุกพรรคการเมืองในประเทศไทยเขาจะประกาศกันหมดเลยเรื่องที่ทำกิน เรื่องสิทธิที่ทำกินประชาชนใช้ไหมครับ สมัยผมเรียนรามคำแหงเนี่ยฟังเค้าปราศรัยผมก็ได้ยินสิ่งเหล่านี้ตั้งแต่ผมอายุ 10 กว่า 20 ผมได้ยินมาตลอดจนกระทั่งวันนี้ผมก็ยังได้ยิน จนการประกาศนโยบายเหล่านี้มันมันไม่ขลังแต่ผมจะทำอย่างไรที่มันขลัง ก็คือต้องทำให้เขาเห็นว่าเราเริ่มทำให้มันเป็นจริงได้ ถึงแม้จะไม่สามารถให้ออกสารสิทธิได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ประเด็นที่คุยกับชาวบ้านต้องเป็นสิ่งที่ชาวบ้านสนใจ หรือเขากำลังมีปัญหา ก็ต้องทำการบ้านล่วงหน้าก่อน นายกแกก็จะทราบในจุดนี้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ตอนไปลงพื้นที่ภาคสนาม ถ้ามันมีเรื่องด่วน หรือเรื่องอะไรที่น่าสนใจ ท่านนายกอบจ.จะพูดถึงในประเด็นนั้นถี่หน่อยค่ะ ให้ประชาชนมีความสนใจ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

นอกจากนี้จะใช้ภาษาที่เป็นกันเอง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนเข้าใจและรับรู้ จะเห็นได้จากการให้สัมภาษณ์ การเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เป็นที่สนใจของประชาชนที่ต้องการจะฟังนายกฯพูด รวมไปถึงการมีเหตุผลให้กับการดำเนินงานในเรื่องต่าง ๆ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราก็ให้ความสำคัญในปัญหาเรื่องที่ดินของประชาชนเนี่ยทั่วประเทศมีเหมือนกัน แต่ถามว่าทำไมเราไม่ประกาศสมัยแรก ประกาศไม่ได้เพราะเรายังไม่รู้เลยว่าเราจะเตรียมช่องทางทำอะไร พอเราเข้ามาสู่กระบวนการในตำแหน่งคราวนี้เราจะวางขั้นตอน เรามาศึกษาเพิ่มเติมว่าองค์กรต้องทำอะไรได้บ้าง และจะไปตอบโจทย์ช่วยประชาชนในเรื่องเหล่านี้ให้เป็นจริงอย่างไร...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...นอกจากนั้นตอนนายกฯขึ้นกล่าวพูดคุยหรือปาฐกถา ท่านจะมีความสามารถในการพูดคุย เรื่องที่เป็นประเด็นหรือเป็นที่สนใจของคนทั่วไปในช่วงเวลานั้น ทำให้ประชาชนที่มาฟังมีความตั้งใจและสนใจเวลาที่ท่านพูด...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...นายกฯขึ้นกล่าวขอบคุณทุกครั้งจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

และในส่วนของการโน้มน้าวใจ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการพูดแบบแสดงความรู้สึกของตนเอง มีส่วนร่วมกับความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ เน้นการพูดถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่หรือเป็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ อย่างแท้จริง และยังมีความยืดหยุ่นในการเจรจาในการทำงาน ให้ทุกคนสามารถดำเนินงานไปด้วยกันได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จังหวัดเนี่ยมีปัญหาที่ดิน มีเอกสารสิทธิ์ถูกต้องไม่ถึง 5% ของทั้งจังหวัด จนสิทธิ์จนโอกาส จนเงิน อย่างจนสิทธิ์ก็คือมีที่ดินน้อย จนโอกาสก็คือพอมันอยู่ในเขตป่ามันไม่ได้รับการพัฒนามันจนโอกาส เส้นทางคมนาคมการสื่อสารอะไรพวกนี้เขาเรียกว่าจนเงินก็มันก็จน จนสิทธิ์มันจะเอาที่ดินที่ไหนไปลงทุนที่ดินมันเป็นทุนชีวิต มันเป็นสิทธิของประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ถึงแม้ท่านนายกจะไม่ได้เป็นคนแม่ฮ่องสอนโดยกำเนิด แต่ท่านก็มีความพยายามในการแสดงให้เห็นว่าท่านตั้งใจในการทำงานและอยู่ที่นี้จนเป็นบ้านของตัวเองไปแล้ว ท่านนายกมีการทำงานที่ชัดเจน และนอกจากความชัดเจนแล้วยังมีแนวทางในการบริหารจัดการที่ดี มีการรวมขอมกับทุกฝ่ายที่ร่วมงานกัน และเนื่องจากเราเป็นอบจ.ขนาดเล็ก ได้รับงบประมาณน้อยมาก แต่ท่านนายกาก็จะมีแนวทางในการที่จะทำงานและบอกไปยังประชาชนว่าเราก็ทำงานของเราอยู่นะ และจะมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ท่านจะมีวิธีบอกว่าทางอบจ. กำลังพยายามทำงานอยู่นะ ไม่ได้นั่งนอนใจกับปัญหา...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

3) มนุษย์สัมพันธ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีคุณลักษณะของมนุษย์สัมพันธ์ที่ประกอบด้วย การเข้าใจผู้อื่น และการเป็นผู้ฟังที่ดี โดยการเข้าใจผู้อื่นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นผู้ที่เข้าถึงความต้องการของประชาชน เพราะมีความใส่ใจที่จะ

เรียนรู้ เข้าใจในปัญหา และสิ่งที่ประชาชนต้องการอย่างแท้จริง ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ประกอบกับในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนเองประชาชนมีความแตกต่างทางชาติพันธุ์สูง จึงทำให้ตัวของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความเข้าใจในความต่างและความหลากหลาย และเน้นการเป็นผู้ที่ทำอะไรอย่างเปิดเผยให้ประชาชนรับรู้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...คุณจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับเขา คุณจะให้ประชาชนยอมรับคุณ สิ่งหนึ่งที่คุณต้องทำเลยก็คือว่าทำให้ประชาชนรู้ทุกอย่างในสิ่งที่คุณทำ และสิ่งที่คุณทำเนี่ยประชาชนมีส่วนคิดทำสิ่งเหล่านี้ ให้มันแตะต้องได้... สำคัญที่สุดคือรับรู้ให้ได้ว่าคุณใช้เงินเขาไปทำอะไร แล้วทำยังไงก็ได้ให้เขามีความรู้สึกว่าเขาเป็นคนบอกให้คุณใช้ในเรื่องนี้... ทุกโครงการที่ต้องมาจากข้อเสนอของประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...นโยบายแต่ละอย่างในการจะคิดหรือจะทำ ก็พยายามตอบโจทย์ในพื้นที่ว่าต้องการอะไร ตอบสนองต่อความต้องการใหม่ ทางนายก็จะเน้นในเรื่องนี้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ปัญหามีค่อนข้างเยอะค่ะ เพราะเราเป็นจังหวัดที่มีความแตกต่างในแต่ละพื้นที่สูงแต่ทางท่านนายกฯเอง ก็ไม่เคยบ่นว่างานหนักค่ะ ตั้งใจช่วยคิดช่วยแก้ปัญหาตลอด...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

ส่วนการเป็นผู้ฟังที่ดี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นผู้ที่เปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นโดยจะรับฟังทั้งจากประชาชน และจากผู้ได้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงานในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ เป็นผู้ที่มิวุฒิมิภาวะทางอารมณ์ ให้เกียรติผู้ร่วมงานในการเสนอแนะหรือให้ข้อคิดเห็น ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“...งานที่ทำก็ต้องมีความต่อเนื่อง โดยต้องตั้งโจทย์ในการของงบประมาณ การ defend เพื่อของงบประมาณให้เจ้าหน้าที่เป็นผู้นำเสนอเอง จะทำโครงการอะไรต้องตอบให้ได้ ทำแล้วได้ประโยชน์กับใคร ใช้ระเบียบกฎหมายข้อไหน ปีที่แล้วที่ทำเป็นอย่างไร ปีต่อไปที่ว่าจะแตกต่างไปจากเดิมที่ทำในปีที่แล้วอย่างไร ต้องต่อเนื่องและต้องดีขึ้น โดยไม่ได้มาจากการสั่ง เรารับฟังจากเจ้าหน้าที่ในการทำงานร่วมกัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านนายกฯเองจะมีการฟังข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นจากการลงพื้นที่ หรือในการประชุม ท่านก็จะสนใจรับฟังตอนมีคนเสนออะไร...”

(ที่มาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...นายกฯเองชอบมากที่จะมีคนมาเสนอแนวทางหรืออะไรใหม่ ๆ ตอนประชุม...”

(ที่มาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

4) คุณธรรม นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีคุณลักษณะของคุณธรรมที่ประกอบด้วย ความซื่อตรง และการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม โดยเห็นได้จากแนวทางการดำเนินงานทุกอย่างที่เน้นผู้ได้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงานให้ทำงานอย่างโปร่งใส ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ และสื่อสารออกไปให้ประชาชนรับทราบในทุกนโยบาย เน้นการพูดแล้วต้องทำให้ได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สำคัญคือต้องบอกว่า คุณมีรายได้อยู่เท่าไร มีรายรับอยู่เท่าไร เอาไปใช้ด้านไหนเท่าไร แต่ละด้านรายละเอียดโครงการเป็นอย่างไร ตรงนี้แหละที่จะนำพามาสู่การยอมรับ นำพาไปสู่ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร ว่าได้ใช้เงินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะยังไงมันก็ไม่สามารถแก้ไขได้ภายในวันเดียว ต้อง 4 ปี หรือ 3 ปี มันต้องใช้เวลานาน แต่เขาได้รู้ว่าเราเอาเงินของเขาเนี่ยไปทำอะไรนี่แหละครับความเชื่อมั่นก็จะเกิด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านจะเน้นย้ำมากในการทำให้ทุกคนรับรู้ที่เรากำลังดำเนินการเรื่องอะไรอยู่นะ เอาเงินไปแบ่งกระจายให้พื้นที่ไหนบ้าง มันก็จะเกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้...”

(ที่มาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ยังไม่เคยมีประเด็นอะไรเลยที่ห้ามเผยแพร่ให้ประชาชนรู้ ตรวจสอบได้หมด...”

(ที่มาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

ในด้านของการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน เน้นการเอาองค์กรและประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้งในการทำงาน มุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ใจให้แก่ประชาชน ให้เกิดความเชื่อมั่น จากนั้นการยอมรับต่อองค์กรจะเป็นสิ่งที่ตามมา และการเลือก

แก้ไขปัญหาคือดำเนินการโครงการต่าง ๆ จะต้องถูกเสนอมาจากข้อเสนอแนะของประชาชนเอง ไม่ได้ตั้งขึ้นมาเองจากความต้องการส่วนตัว ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ที่พยายามทั้งหมดทั้งมวลก็เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนมีต่อองค์กรเป็นหลักเลย เพราะว่าถ้าจะพูดตัวเองมันขลังได้ไม่นาน อีกอย่างมันไม่ได้น่าเชื่อถือ มันจะอยู่ได้ไม่นาน แต่ถ้าพูดองค์กรให้ประชาชนเชื่อมั่นต่อองค์กร โดยองค์กรไปสร้างความพึงพอใจให้เกิดกับประชาชน แต่ถ้าไปยึดโยงหลักเอาตัวผู้บริหารแล้วก็มีมันอยู่ได้ไม่ยั่งยืน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...อย่างที่แจ้งไปคือทางนายเองจะให้เด็ก ๆ นำเสนอปัญหาของประชาชนในพื้นที่คิดออกมาเป็นโครงการว่าควรจะทำอย่างไร ไม่ได้แบบสั่งให้ทำ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ประเด็นปัญหาไหนที่ประชาชนเข้ามาแจ้งเอง ยังต้องได้รับความสนใจเอามาดำเนินการช่วยกันให้เร็วที่สุด...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

5) อุทมากรณ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง มีความแน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาให้ได้อย่างแท้จริง การดำเนินการในเรื่องใด ๆ ก็ตามประชาชนต้องรับรู้และจับต้องได้ ให้ความสำคัญกับการทำตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ นอกจากนี้ยังเน้นถึงความเสมอภาคของประชาชนแต่ละกลุ่มให้ได้รับสิทธิเท่าเทียมกัน ไม่โอนเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...นักการเมืองสามารถคิดนโยบายให้มันสวยหรูอย่างไรก็ได้ แต่ความคิดคำพูดนั้นมันจะไม่ขลังเลย เขาจะไม่เชื่อถือเราเลย เพราะเราทำไม่ได้ แต่ถ้าเกิดสิ่งที่เราเคยพูดสิ่งที่เราเคยหาเสียงตอนแรก ๆ มันทำได้แล้วจริง วันนี้อย่างที่เราจะบอก วันพรุ่งนี้ต่อไปคนก็จะเชื่อทุกอย่าง มันอยู่ที่ความเชื่อว่าเขาจะเชื่อเราหรือไม่ แล้วเขาจะเชื่อเราหรือไม่ก็อยู่ที่เราทำให้เขาเชื่อหรือไม่ใช่ไหม เพราะฉะนั้นถ้าเกิดถามว่า อ้าวแล้วสมัยต่อไปหาเสียงอย่างไรเราจะพูดอย่างไรก็ได้เพราะในสิ่งที่เราเคยพูดแล้วเราทำได้ แต่ไม่ใช่ว่าบอกจะพูดอย่างไรก็ได้ คราวนี้พูดความเพื่อฝันบนอากาศ เพราะนั่นคือสิ่งที่ทำไม่ได้แล้ววันหนึ่งเราก็จะไปติดกับดักพูดอย่างไรใครก็ไม่เชื่อ ต่อให้พูดจริงก็ไม่เชื่อ... ที่นี้จะมิกะเหรียงกับไทยใหญ่มากที่สุด



ขณะที่ชาติพันธุ์อื่น ๆ เช่น ม้ง ลาหู่ ลีวี่ะ คนเมือง คนไทยเชื้อสายจีน หรือกลุ่มอิสลามซึ่งคนเหล่านี้จะมีความรู้สึกว่าเขาไม่ได้รับการเหลียวแลเราจะทำอย่างไรให้คนเหล่านี้เขาได้รู้เข้าใจนโยบาย ในเรื่องของกระจายงบประมาณอย่างเป็นธรรม ทุกคนเฝ้าและทุกศาสนาอย่างเท่าเทียมกัน และถึงต้องมานั่งบอกเขาว่าเราใช้เงินไปทำอะไรบ้าง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...จะมีคำพูดว่าเป็นธรรม ทัวถึง ทุกพื้นที่ ทุกชนเผ่า ทุกศาสนา ท่านจะถามว่าถ้าเราทำงานให้อำเภอนี้ แล้วอำเภอนอื่นทำอะไร ถ้าเราส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองแล้ว แต่เราส่งเสริมในอำเภอนอื่นไม่ได้ จะดำเนินการอย่างไรให้เขาได้บ้าง เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกัน...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...น่าจะเป็นความเท่าเทียมนะคะ ท่านนายกฯจะเห็นว่าทำอะไรต้องทำให้เกิดประโยชน์กับทุกพื้นที่ให้มากที่สุด...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

6) ความมุ่งมั่น นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง มีจิตใจแน่วแน่ในการปฏิบัติงานเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย มีความต้องการให้ประชาชนของตนอยู่ดีกินดี และมุ่งมั่นแก้ไข จนสามารถเข้าใจปัญหาได้เป็นอย่างดี โดยจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีปัญหาเรื่องสิทธิในที่ดินอย่างมาก และปัญหาไม่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย ต้องใช้เวลาในการศึกษาและหาแนวทางดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนสามารถอยู่ร่วมกันได้ จะเห็นได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค แม้จะมีความยากลำบากในด้านของกฎหมายและใช้เวลาในการดำเนินการนานในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้การแก้ปัญหาสำเร็จได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จังหวัดเนี่ยมีปัญหาที่ดิน มีเอกสารสิทธิ์ถูกต้องไม่ถึง 5% ของทั้งจังหวัด จนสิทธิ์จนโอกาส จนเงิน อย่างจนสิทธิ์ก็คือมีที่ดินน้อย จนโอกาสก็คือพอมันอยู่ในเขตป่ามันไม่ได้รับการพัฒนามันจนโอกาส เส้นทางคมนาคมการสื่อสารอะไรพวกนี้เขาเรียกว่าจนเงินก็มันก็จน จนสิทธิ์มันจะเอาที่ดินที่ไหนไปลงทุนที่ดินมันเป็นทุนชีวิต มันเป็นสิทธิ์ของประชาชนแล้วก็บอกว่าเราต้องหาทางทำยังไงให้ประชาชนที่ทำกินเขาไม่ถูกจับกุม ประชาชนถูกจับกุมในการทำกินในพื้นที่ป่าแต่ประชาชนก็บอกว่าเขาอยู่กินมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ซ่อนมันตกลงกันไม่ได้ รัฐก็ทำตามกฎหมาย เจ้าหน้าที่ก็ทำตาม

หน้าที่... สมัยแรกเราประกาศออกไปเลยว่าประชาชนต้องไม่ถูกจับกุมบนพื้นที่ทำกิน บนผืนแผ่นดินของบุรุษของตนเอง ตอนนั้นเราใช้คำนี้ ประชาชนที่นี้ถ้าทำกินบนผืนแผ่นดินบรรพบุรุษของตัวเองจะต้องไม่ถูกจับกุม ที่นี้ก็เลยเริ่มต้นแก้ไขมาตั้งแต่ปีพ.ศ 2553 จนมาทีหลังมีโครงการจัดการที่ดินแห่งชาติ จังหวัดนี้เลยเป็นจังหวัดแรกที่รังวัดสำเร็จเป็นจังหวัดแรกของประเทศไทย เพราะเราเคยมีต้นทุนเพราะฉะนั้นมันก็เลยกลายเป็นไปประจวบกันกับสิ่งที่เราทำ แล้วเขาเริ่มรู้สึกว่าลิ่งที่แม้แต่เป็นของรัฐบาลที่ทำมาทีหลังแต่ทุกวันนี้มันจับต้องได้เพราะเราเป็นคนทำ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านนายกไม่เคยบ่นเวลาต้องทำงานติดต่อกันเยอะๆ หรือเดินทางเยอะๆ ท่านก็จะตั้งใจ... มีการวางแผนในการลงพื้นที่เพราะแต่ละอำเภอห่างไกลกันมาก เพื่อให้ไปทุกพื้นที่ให้ได้มากที่สุด...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...มันก็มีอยู่หลายนโยบายที่ทำให้เสร็จในแผนปีเดียวไม่ได้ แต่ก็มีการวางแผนดำเนินการไว้ ไม่ทิ้งไป จะพยายามทำให้สำเร็จให้ได้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

สรุปการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง มีรายละเอียดคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีประวัติศึกษา และประวัติการทำงานที่ดี มีความคุ้นหน้าค่าตาสำหรับประชาชนในท้องถิ่น เนื่องจากเคยช่วยงานพัฒนาท้องถิ่นมาก่อน เป็นผู้ที่มีความรู้ในการบริหารจัดการ อีกทั้งยังมีประสบการณ์ทางการเมืองมาก่อนจึงได้ซึมซับความรู้ทางการเมืองมาทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ในส่วนของบุคลิกภาพของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี มีความกระฉับกระเฉง การพูดจาฉะฉาน ชัดเจน เป็นที่ชื่นชมของผู้ที่ได้พบเห็น มีความน่าเชื่อถือ ทักษะการเจรจาเมื่อพบปะพูดคุยกับประชาชนจะใช้ภาษาที่เป็นกันเอง เข้าใจง่าย รู้จักการเน้นประเด็นที่ต้องการจะสื่อสาร และเลือกพูดคุยเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ในส่วนของทักษะการโน้มน้าวใจ มีการพูดแบบแสดงความรู้สึกของตนเอง ทำให้รู้สึกว่าส่วนร่วมกับความเดือดร้อนของประชาชน เน้นการพูดถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่หรือเป็นความต้องการของประชาชน มีความยืดหยุ่นในการเจรจาในการทำงาน ในส่วนของมนุษยสัมพันธ์ประกอบด้วย การเข้าใจผู้อื่น และการเป็นผู้ฟังที่ดี โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นผู้ที่เข้าใจความต้องการของประชาชน ใส่ใจที่จะเรียนรู้และ

เข้าใจในปัญหา ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการดำเนินงาน ความเข้าใจในความต่างและความหลากหลาย ทำอะไรอย่างเปิดเผยให้ประชาชนรับรู้ เป็นผู้ที่เปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ให้เกียรติผู้ร่วมงานเสมอ นอกจากนี้คุณธรรมที่แสดงออกอย่างชัดเจนคือความซื่อตรง และการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม เน้นการพูดแล้วต้องทำให้ได้ มีอุดมการณ์แน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาให้ได้ เน้นถึงความเสมอภาคของประชาชนแต่ละกลุ่มให้ได้รับสิทธิเท่าเทียมกัน จะเห็นได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค แม้จะมีความยากลำบากแต่ก็มีความพยายามเพื่อจะแก้ปัญหาให้สำเร็จให้ได้

1.2 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พิษณุโลก มีรายละเอียดคือ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อุดมการณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ความรู้ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีคุณลักษณะของความรู้ ประกอบด้วย ประวัติ และประสบการณ์ โดยในด้านของประวัติ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีประวัติสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท และมีประวัติการทำงานที่ดี เคยเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ทำงานกับผู้คนในท้องถิ่นมาก่อนเป็นที่คุ้นหน้ากันเป็นอย่างดี เข้าใจในระเบียบการทำงาน เป็นผู้ที่มีความรู้ในการบริหารจัดการ รู้จักการวางแผนในการทำงาน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...คุณแม่เป็นข้าราชการบำนาญ คุณพ่อก็ทำธุรกิจค้าขาย โรงสี รับเหมา คุณพ่อก็ส่งเรียน โดยมีพี่น้อง 4 คน ก็ได้เรียนที่พิษณุโลกนี้แหละจนจบ ม.6 แล้วก็ไปเรียนต่อกรุงเทพจนจบ ป.ตรี ... เรียนต่อโทของนิด้าสาขาที่พิษณุโลก ...การทำงานเราก็ต้องยึดระเบียบ ต้องมีความรู้ในเรื่องของระเบียบต่าง ๆ จากประสบการณ์เราเห็นปัญหาต่าง ๆ เรื่องการร้องเรียน หรือการทำไม่ถูกระเบียบ บางโครงการมันขัดต่อระเบียบ ทำไม่ได้ก็มี ต้องมีการคิดและวางแผนรองรับไว้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...โดยพื้นฐานก็จะรู้จักผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่นนั้นอยู่แล้ว ก็ไปคุยกันแบบนั้นมากกว่า แล้วพอเสร็จรู้ว่าชาวบ้านมีปัญหาอะไรแบบนี้ก็มาหาทางออกร่วมกันแก้ปัญหาด้วยกันค่ะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านนายกมีความรู้ในเรื่องของระเบียบแล้วก็กระบวนการทำงานเยอะมาก...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

ประสบการณ์ นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีประสบการณ์ทางด้านการเมืองมาตั้งแต่ตอนเรียนจบปริญญาตรีและลงสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน และขยับไป ตำแหน่งใหญ่ขึ้นมาเป็นกำนัน จนมีโอกาสได้ทำงานทางการเมืองระดับชาติในตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จากนั้นจึงกลับมาลงการเมืองท้องถิ่น จึงมีความคุ้นเคยกับงานทางการเมืองในทุกระดับเป็นอย่างดี เป็นผู้ที่ชาวบ้านนับหน้าถือตา และจดจำได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จบปริญญาตรีก็กลับมาเป็นผู้ใหญ่บ้าน มาเป็นกำนัน แล้วก็หลังจากออกจากกำนันก็มาลงสมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แต่ไม่ผ่านเลยไปเรียนต่อโทของนิด้า สาขาที่พิษณุโลก หลังจากนั้นอีกสมัยจึงได้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ...มาปี 2555 ก็มาเป็นนายกอบจ. แล้วก็อยู่ปฏิบัติหน้าที่ต่อมาจน 2562 หมดวาระก็ลงสมัครต่อจนได้เป็นอีกสมัย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ท่านก็เป็นนักการเมืองเนอะก็เวลามีปัญหา ก็จะคุ้นเคยกันหมดอยู่แล้ว เวลาลงพื้นที่ทำงานก็เหมือนจะเป็นการคุยกัน บางคนก็ยังเรียกแกว่ากำนันคะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...อย่างที่รู้ว่าท่านอยู่มาหลายสมัย ประสบการณ์เยอะ เวลามีสถานการณ์อะไรก็สามารถคุยกันได้หมดเลยในพื้นที่...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

2) ทักษะการสื่อสาร นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีทักษะการสื่อสารประกอบด้วย บุคลิกภาพ ทักษะการเจรจา และทักษะการโน้มน้าวใจ โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีบุคลิกภาพเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ ไม่ถือตัว ช่างเจรจา ประชาชนชอบที่จะมาพบปะพูดคุยด้วยเพื่อให้ช่วยแก้ไข้ปัญหา ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สำหรับตัวผมเนี่ย ผมเป็นคนชอบที่เรียนรู้ เป็นคนที่ชอบมีปฏิสัมพันธ์นะครับ ก็คือการไปพบปะประชาชน อย่างน้อยได้เห็นพื้นที่ว่าตอนนี้เขากินอยู่อย่างไร การเดินทางเขาสะดวกสบายไหม นะครับน้ำท่ามีกินมีใช้ไหม นี่คือการลงพื้นที่ผลประโยชน์ที่มีในการลงพื้นที่ ไม่ใช่เป็นนักการเมืองที่นั่งอยู่บนหอคอยอย่างเดียว เนี่ยคือนั่งแบบเป็นเจ้านายอย่างเดียวไม่ใช่ เราต้องเข้าไปถึงประชาชน สามารถที่จะสัมผัสได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ท่านนายกจะออกแนวเหมือนเราพูดคุยกัน รับฟังปัญหาตรงๆ มีข้อหารือ แล้วหาจุดร่วมๆ กัน ระหว่างที่ประชาชนมีปัญหา เราในฐานะหัวหน้าหน่วยงานก็ไปรับฟังปัญหาร่วมกัน...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...โดยบุคคลลักษณะ ท่านนายกเป็นคนน่าเชื่อถือ น่าเคารพของคนทั่วไป...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

ด้านทักษะการเจรจา นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก เวลาพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่จะมีความเป็นกันเอง ไม่เจ้ายศเจ้าอย่าง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ และเข้ามาบอกเล่าในสิ่งที่ปัญหา หรือสิ่งที่ประชาชนต้องการ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราก็เป็นคนที่ชอบปฏิสัมพันธ์อะเนอะ ไม่เจ้ายศเจ้าอย่าง การเป็นผู้นำคนเนี้ย ถ้าเป็นคนเจ้ายศเจ้าอย่าง การเข้าหากัน การมีปฏิสัมพันธ์เนี้ยจะเหมือนกับไกลกัน แล้วเราจะไม่ได้อะไรและเข้าใจปัญหาของประชาชนอย่างแท้จริง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ท่านนายกจะพูดคุยกับชาวบ้าน จะมีการลงพื้นที่บ่อยๆ เพื่อไปพูดคุย ถามปัญหา...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ตอนที่ลงพื้นที่ที่ท่านนายกก็จะพูดคุยเจรจาด้วยตนเอง คุยแบบเป็นกันเอง ชาวบ้านสามารถเข้าถึงตัวได้ง่าย...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

รวมไปถึงการนำประสบการณ์ความเป็นชาวบ้าน ความเป็นคนในพื้นที่เอง หรือปัญหาที่ประสบมาวางเป็นนโยบายเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาแก่ประชาชนโดยแท้จริง อีกทั้งเข้าใจกระบวนการรับสารของชาวบ้านว่าต้องเน้นย้ำในเรื่องใด อะไรสำคัญและเป็นสิ่งที่ต้องรู้ ก็จะมีการเน้นย้ำเพิ่มเติมในคราวที่มีโอกาส และทักษะการโน้มน้าวใจ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกคือมีส่วนร่วม กับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ เพราะมีการลงพื้นที่ไต่ถามสารทุกข์สุกดิบกันอยู่เสมอ จึงสามารถอธิบายถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่หรือเป็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้



“...และอีกทั้งผมเกิดมา ถูกเลี้ยงมาแบบง่าย ๆ ไม่ได้เป็นคุณหนู เลี้ยงดูแบบชาวบ้าน ๆ ก็เลยทำให้ความเป็นชาวบ้าน และประสบการณ์ชีวิตแบบชาวบ้าน ถูกนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายด้วย อย่างเช่นเรื่องของภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษเราด้อยมาก จะกลัวมาก เวลาเจอชาวต่างชาติ กลัวว่าเราคุยให้เขาฟังรู้เรื่อง แต่ตอนถามกลับมาเราไม่รู้เรื่อง ก็เลยจะพยายามให้ประชาชนเก่งเรื่องของภาษาอังกฤษ โรงเรียนในสังกัดเราก็จะหาเสริมให้ได้ หรือแม้แต่ความรู้ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ นวัตกรรม เราก็พยายามหาเสริมให้เด็กที่อยู่ในสังกัดด้วย นอกสังกัดด้วย และที่สำคัญเรื่องการสร้างความดีของตัวของทุกคน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ท่านนายกจะขอบพุดคุยกับชาวบ้าน คือบางที่เราเป็นคนทำประเด็นให้ท่านพูดอะเนอะ บางทีท่านก็จะอยากแบบว่าเล่าให้ละเอียด แต่เวลาเราทำคอนเทนต์ก็จะแบบ เออเราตัดแค่นี้ดี ลั่นกระซิบ แต่นายกก็จะแบบเขาต้องรู้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ส่วนมากก็จะย้ำว่าที่เราไปคุยกับชาวบ้านเขาเข้าใจใจใหม่ ต้องพูดให้เข้าใจง่ายนะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

3) มนุษย์สัมพันธ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีคุณลักษณะของมนุษย์สัมพันธ์ที่ประกอบด้วย การเข้าใจผู้อื่น และการเป็นผู้ฟังที่ดี โดยการเข้าใจผู้อื่นนั้นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกเป็นผู้ที่เข้าใจปัญหา และเข้าถึงความต้องการของประชาชน เพราะมีความใส่ใจในการลงพื้นที่ ใส่ใจในการที่จะปฏิบัติงานให้ประชาชน ไปรับฟังเสียงของประชาชน เอาใจเขามาใส่ใจเราจึงรับรู้ในสิ่งที่ประชาชนต้องการอย่างแท้จริง ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ และไม่รอให้ปัญหาเกิดขึ้นแต่ลงมือทำก่อน ตั้งคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่เราเป็นนายกฯเนี่ย คือการที่เราได้มีโอกาสมาทำงาน 4 ปีต่อ 1 วาระ มันก็เปรียบเสมือนเป็นสิ่งที่เราต้องทำให้ประชาชนก็ดี หรือคนที่เข่าเป็น Voter ก็ดี ได้เห็นผลงานของเรา เราก็ต้องเร่งรีบที่จะทำผลงาน และต้องตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน นโยบายบางนโยบายเราไม่ได้คิดเองนะ บางทีเป็นความคิดของประชาชน เรารับฟังมาแล้วก็มากำหนดเป็นนโยบาย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ก็ลงพื้นที่แล้วก็บางที ก็ส่วนใหญ่ก็คือทีมงานส่วนราชการภายในใช่ไหมคะ ทุกคนก็ลงพื้นที่อยู่แล้วก็มารายงานท่านบ้าง ก็รายงานแล้วถ้ามีปัญหาหนัก ๆ ก็เตรียมตัวลงพื้นที่ น่าจะไปบ่อยกว่าครั้ง 2 ครั้ง แต่บางครั้งการลงพื้นที่มันไม่ใช่การมีปัญหาอย่างเดียว มันมีกิจกรรม มีโครงการอะไรแบบนี้เพื่อให้เราเข้าถึงประชาชน ก็ไปในรูปแบบนี้ เหมือนประมาณว่าก็ไม่เชิงว่าเราจะรอปัญหามาถึงตัว มาถึงหู ก็มีการลงพื้นที่ผ่านกิจกรรม ผ่านแต่ละกองที่ลงพื้นที่ไป...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านจะเน้นย้ำตลอดว่าต้องใส่ใจว่าประชาชนต้องการอะไร เขามีปัญหาอะไร เรามีหน้าที่ไปแก้ปัญหาให้เขา ต้องทำให้ประชาชนยอมรับให้ได้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

ส่วนการเป็นผู้ฟังที่ดี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกเป็นผู้ที่เปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นทั้งจากประชาชน และจากผู้ได้บังคับบัญชา ให้เกียรติผู้ได้บังคับบัญชาแบบผู้ร่วมงานในการเสนอแนะเพื่อแก้ไขปัญหาหรือให้ข้อคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ โดยสามารถเข้าไปปรึกษาได้โดยตรง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราต้องรับฟังความคิดของประชาชน ต้องลงไปมีปฏิสัมพันธ์กับชาวบ้าน เรารับฟังมาแล้วก็มากำหนดเป็นนโยบายในการทำงาน แก้ไขปัญหาให้กับเขา...กับผู้ได้บังคับบัญชา เราก็ให้ความเป็นกันเองเหมือนผู้ร่วมงาน ผมให้นโยบายเอาไว้ว่า ถ้ามีปัญหาอะไรหรือนโยบายอะไรที่คิดได้ก็ขอให้บอกกันมา หากเป็นปัญหาเราจะช่วยกันแก้เพื่อให้องค์กรมันเดินไปได้ บางครั้งปัญหามันเกิดขึ้นแล้วเก็บกันไว้ ไม่บอกกล่าวกัน ปัญหามันก็จะไม่ได้แก้ เช่นความไม่เข้าใจในการทำงาน การทำงานแบบไม่ได้ประสานงานกัน จริง ๆ แล้วในหน่วยราชการทุกหน่วยต้องมีการประสานงานกันที่เรียกว่าบูรณาการ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ท่านนายกก็ออกแนวประมาณให้อิสระในการให้ความคิดเห็นหรือการต่อยอด จะออกไปในแนวให้แนวทาง แต่ว่าการที่แบบ สมมติให้ไปซื้ออันนี้ให้หน่อยที่ตลาดนี้ ก็คือไม่ได้บอกว่าต้องเลี้ยวซ้ายเลี้ยวขวาอะไรแบบนี้ ก็คืออิสระในการทำงาน ในขั้นตอน ก็คือบอกเป้าหมาย...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านนายกให้อิสระในการทำงานค่อนข้างมาก ถ้ามีปัญหาหรือติดขัดก็สามารถไปพบ  
ได้...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

4) คุณธรรม นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีคุณลักษณะของคุณธรรมที่  
เด่นชัดคือ ความมุ่งมั่นในการทำงาน โดยเป็นผู้ที่เน้นในการดำเนินงานด้วยการใช้ความดีเป็นจุดตั้งต้น  
และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ดังจะเห็นได้จากการดำเนินโครงการทำความดีต่าง ๆ ภายในจังหวัด  
และการส่งเสริมความรู้ควบคู่กับคุณธรรม ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราต้องพยายามให้ความรู้กับเด็ก ๆ และที่สำคัญเรื่องของการสร้างความดีของคน  
อบรมเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมที่ได้ยวนี้คนละเลยกันเยอะ เพราะว่าประเทศชาติจะดี  
ได้ต้องมีคนดี คนเก่งอย่างเดียวอาจไม่สามารถพาประเทศชาติรอดได้ นี่ก็เป็นหลักการอีก  
ประการหนึ่งที่เราได้จากความคิดของเราบวกกับความจริงในสังคม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านจะเน้นในเรื่องของการคิดดีและทำดีค่ะ...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...น่าจะเป็นเรื่องการทำดี แล้วก็การเห็นแก่ประโยชน์ของส่วนรวม เอาประชาชนเป็นที่ตั้งใน  
การช่วยเหลือ...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

นอกจากนี้ยังพบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเน้นหลักของความคุ้มค่าในการ  
ดำเนินงานเรื่องต่าง ๆ งบประมาณที่นำมาใช้ ไม่ใช่จ่ายเกินความจำเป็น ยึดหลักความเหมาะสม  
ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...แผนงานที่นำเสนอมาต้องคำนึงถึงความจำเป็น แล้วก็ต้องคุ้มค่าเงินที่จ่ายด้วย  
งบประมาณนั้นก็มาจากเงินของประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ก็เข้าถึงประชาชน หลักความคุ้มค่า ก็เหมือนแบบให้ทำแล้วเกิดประโยชน์ตามอำนาจหน้าที่ ความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณ แล้วก็การมีส่วนร่วมแล้วก็ความโปร่งใส ทุกอย่างมันก็ประชาชนสัมพันธ์ได้ รับรู้ได้ ตรวจสอบได้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...น่าจะเป็นการทำงานแล้วเกิดประโยชน์จริง คู่กับการดำเนินการ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกให้ความสำคัญกับความโปร่งใส ตรวจสอบได้ของการดำเนินงานต่าง ๆ รวมไปถึงงบประมาณที่ใช้จ่าย รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบในทุก ๆ เรื่อง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สามารถเข้ามาถามได้นะถ้ามีข้อข้องใจหรืออะไรที่สงสัยเกี่ยวกับการดำเนินงานของอบจ. ทุกคนเข้ามาถามกันได้ตลอด ไม่มีปิดบัง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...คือท่านนายกไม่ค่อยมีความลับเรื่องงาน ไม่มีนะที่แบบอันนี้ห้ามเปิด อันนี้ต้องปิดตั้งแต่ทำงานประชาสัมพันธ์มาได้มีข้อจำกัดแบบอันนี้อ่าเอาไปออกนะ ไม่เคยเจอ ก็ได้หมด ขอข้อมูลได้ทุกส่วนค่ะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...งานที่ทำมันไปถึงประชาชนอย่างแท้จริง เกิดประโยชน์แล้วก็โปร่งใส...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

5) อุทมการณ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีอุทมการณ์หรือคติพจน์ประจำใจในการทำงานที่ยึดมั่นคือการทำให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใด หรือเวลาใด มีความตั้งใจในการพัฒนาจังหวัดเพื่อประชาชน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เอาเป็นคติประจำใจเลยดีกว่าเนอะ นั่นคือทำวันนี้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเราจะไปอยู่ในตำแหน่งไหน ผมเคยเป็นกำนัน เป็นผู้ใหญ่บ้าน แล้วก็ เป็น ส.ส. ถ้าเราทำวันนี้ไว้ดีแล้ว

มันก็เป็นผลงาน ถ้าไม่ดีมันก็เป็นชื่อเสียงที่ไม่ดี แล้วยิ่งเราอยู่ในสังคมจังหวัดพิษณุโลก ด้วย เราเป็นคนพิษณุโลก เราต้องการให้เขากล่าวถึงดี ๆ ถึงแม้เราจะหมดวาระไป...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...อาจจะเป็นเรื่องของการทำงานออกมาให้ดีที่สุดเพื่อประชาชน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ด้วยท่านนายกเป็นคนในพื้นที่เนอะ แก่น่าจะอยากที่บ้านเมืองได้รับการพัฒนาให้เยอะที่สุด เพราะก็มีความตั้งใจจริงในการทำงาน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

และมีอุดมการณ์ที่มองถึงปัญหาของประชาชนเป็นเรื่องใหญ่ เมื่อได้เข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแล้วก็ต้องเป็นผู้แทนที่จะช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างแท้จริง งานใดที่เป็นประโยชน์ก็ให้ยึดถือเป็นสำคัญ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สิ่งไหนติดขัดแล้วเราพอจะดำเนินการได้ก็ต้องรีบทำ อย่าให้เขาบอกว่าเรานิ่งเฉยต่อปัญหาของชาวบ้าน แต่ก็ต้องไม่เข้าซ้อนกับความช่วยเหลือของหน่วยอื่นนะ ต้องตรวจสอบด้วย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...คืออะไรก็ตามที่เป็นประโยชน์ของประชาชน แก่ก็จะบอกให้ทำสิ ทำเลย ทุกคนจะได้มาขอ อย่างเมื่อก่อนมันจะมีกองทุนฟื้นฟูไร่ไหม มอบบ้านพัก บางคนก็จะไม่ค่อยรู้ก็ให้ไปบอกให้เขาได้รู้ว่าจะต้องไปขอตรงไหน ใครมีสิทธิได้บ้าง ก็ทำให้มีคนมาขอเพิ่มขึ้น จะเรียกว่าอุดมการณ์แบบไหนดี คือปัญหาของพี่น้องประชาชน แก่อยากแก้ปัญหาให้ได้ อย่างแท้จริง เพราะว่าอย่างว่าการเมืองก็มาจากประชาชนเนอะ เราก็คือตัวแทนเป็นผู้ช่วยของประชาชนอีกทีนี่...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...อะไรที่พอจะทำให้ชาวบ้านได้แล้วมันไม่ขัดต่อระเบียบก็ต้องเร่งดำเนินการ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)



6) ความมุ่งมั่น นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีความต้องการแก้ไข ปัญหาให้แก่ประชาชนในทุกระดับ ท่านมองว่าตนเองเปรียบเสมือนพ่อบ้าน ทุกคนสามารถเข้ามาหา และมาร้องทุกข์ได้ และใช้วิธีการลงพื้นที่ไปหาประชาชนในแต่ละพื้นที่อย่างไม่ย่อท้อ มีความ ขยันหมั่นเพียร แม้จะต้องใช้เวลาในการเดินทางเพื่อไปพบปะแต่ก็ยังมุ่งมั่นในแนวทางของตนเองไม่ มองว่างานในบางเรื่องบางประเด็นนั้นเป็นภาระของ อบจ. มุ่งมั่นแก้ไขและรับมาประสานงานต่อ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนมากที่สุด ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ซึ่งผมก็มองว่าการเดินทางพื้นที่ไปหาประชาชนเนี่ยมันคือการได้สัมผัส แบบสัมผัส จริง ๆ นักการเมืองเดี๋ยวนี้อาจจะลงแต่ในโซเชียลมันจะลอยอยู่ในอากาศอย่างเดียวยัง จับ ต้องไม่ได้ จริง ๆ แล้วนักการเมืองเนี่ยควรรับฟังสารทุกข์สุกดิบ มีอะไรก็มาร้องทุกข์ กันได้ เหมือนเป็นพ่อบ้าน มีอะไรก็มาบอกกล่าวกันได้ถึงตัว มันได้เห็นแววตากัน ผมก็ เลือกใช้วิธีแบบดั้งเดิมนี่แหละลงพื้นที่ไปพบประชาชนกันจริง ๆ...”

(นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ท่านนายกฯ ถือได้เลยว่างานของท่านเยอะมาก เพราะ อบจ. ดูแลในทุก ๆ ด้าน อย่างยุทธศาสตร์ 8 ด้าน หรืออะไรที่ทาง อบจ. จะประสานงานต่อได้ก็ให้ทำ ไม่เคยปิด ว่าไม่ใช่งานของเราละ สนับสนุนทุก ๆ เรื่องโดยไม่มองว่าเป็นภาระค่ะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...งานของอบจ. ค่อนข้างจะเยอะมากต้องดูทุกอย่าง งานไหนทำได้เองก็ต้องรีบรับมา ดำเนินการแก้ปัญหาให้เขา อันไหนทำไม่ได้ก็ประสานงานต่อ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

สรุปการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิ หลังเป็นผู้ที่ครอบครัวยุโรปธุรกิจ มีรายละเอียดคือ นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มี ประวัติสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท และมีประวัติการทำงานท้องถิ่นอย่างยาวนานเป็นที่ รู้จักของคนในพื้นที่เป็นอย่างดีเนื่องจากเป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิด เคยดำรงตำแหน่งกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ และที่สำคัญคือ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องกฎระเบียบของการทำงาน นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมี ประสบการณ์ทางด้านการเมืองมาตั้งแต่ตอนเรียนจบปริญญาตรี เคยทำงานทั้งในระดับท้องถิ่นและ การเมืองระดับชาติในตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จึงมีความคุ้นเคยกับงานทางการเมืองในทุก

ระดับเป็นอย่างดี เป็นผู้ที่ชาวบ้านนับหน้าถือตา และจดจำได้ ในส่วนของบุคลิกภาพนายกองคการ บริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีบุคลิกภาพเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ ไม่ถือตัว ช่างเจรจา ประชาชนจึง ชอบที่จะมาพบปะพูดคุยด้วยเพื่อให้ช่วยแก้ไขปัญหา เวลาพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ที่จะมีความ เป็นกันเอง ไม่เจ้ายศเจ้าอย่าง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ และเข้ามาบอกเล่าในสิ่งที่ ประชาชนต้องการ รวมไปถึงการที่นายกองคการบริหารส่วนจังหวัดนำประสบการณ์ความเป็นชาวบ้าน ความเป็นคนในพื้นที่เอง มาวางเป็นนโยบายเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนา อีกทั้งเข้าใจกระบวนการรับ สารของชาวบ้านว่าต้องเน้นย้ำในเรื่องใด อะไรสำคัญและเป็นสิ่งที่ต้องรู้ และทักษะการโน้มน้าวใจ นายกองคการบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกสามารถอธิบายถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่หรือ เป็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้ เพราะมีส่วนร่วมในชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ จากการลงพื้นที่ไต่ถามสารทุกข์สุกดิบกันอยู่เสมอ มีความเข้าใจผู้อื่น ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการ ดำเนินนโยบายต่าง ๆ และไม่รอให้ปัญหาเกิดขึ้นแต่ลงมือทำก่อน และเป็นผู้ฟังที่ดีทั้งจากประชาชน และจากผู้ใต้บังคับบัญชา ในด้านคุณธรรมที่เด่นชัดที่สุดคือ ความมุ่งมั่นในการทำมาต โดยเป็นผู้ที่ เน้นในการดำเนินงานด้วยการใช้ความดีเป็นจุดตั้งต้น และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มีการส่งเสริม ความรู้ควบคู่กับคุณธรรม นอกจากนี้ยังพบว่านายกองคการบริหารส่วนจังหวัดเน้นหลักของความคุ้มค่า ในการดำเนินงานเรื่องต่าง ๆ งบประมาณที่นำมาใช้ ไม่ใช่จ่ายเกินความจำเป็น ยึดหลักความเหมาะสม โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีอุดมการณ์ที่ต้องการจะแก้ปัญหของประชาชนอย่างแท้จริง และมุ่งมั่นในการ ลงพื้นที่ไปหาประชาชนในแต่ละพื้นที่อย่างไม่ย่อท้อ ขยันหมั่นเพียร อย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อยเพื่อให้ เกิดประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด

1.3 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองคการบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดคือ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม อุดมการณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ความรู้ นายกองคการบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีคุณลักษณะของความรู้ ประกอบด้วย ประวัติ และประสบการณ์ โดยในด้านของประวัติ นายกองคการบริหารส่วนจังหวัด นนทบุรี มีประวัติสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีประวัติการทำงานที่ดี เป็นที่ยอมรับ ของคนโดยทั่วไป จนได้รับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตกิตติมศักดิ์ เคยรับราชการตำรวจช่วยงานพัฒนา สังคมมาก่อน เป็นที่คุ้นหน้าค่าตาสำหรับประชาชนในท้องถิ่น เป็นผู้ที่มีความรอบรู้ มีความสามารถ รู้ ในเรื่องกฎระเบียบทางราชการเป็นอย่างดีรู้จักวางเป้าหมายในการทำงาน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จบมัธยมที่วัดเขมาวัดเขมเอ่อแล้วต่อรามคำแหง นิติศาสตร์รามคำแหง จบมาอบรมโรงเรียน นายร้อยตำรวจพิเศษรุ่น 9 แล้วก็มาอยู่กองคดีกรมตำรวจ... ก็จะมีระเบียบต่าง ๆ โอเคการ ดีความกฎหมายอะไรต่ออะไรก็โอเคขึ้น แล้วไปอยู่กองปราบอีก 10 ปีนั่นนะ ก็ได้ความรู้ ทางด้านนี้เยอะพอสมควร แล้วก็ยอมรับว่าอยู่ตรงนี้เหนื่อยต้องรอบรู้ทุกด้าน... มันต้องรู้บริบท

ครบ ทั้งระดับล่างต้องการอะไร ชาวนาชาวสวนต้องการอะไร ระดับกลางต้องการอะไรบ้าง จัดสรรต้องการอะไรอย่างเงี้ยมันจะต้องให้ครบถ้วนทุกบริบ ทแล้วก็ต้องมองครอบคลุมทั้งจังหวัดให้ได้ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ท่านเป็นนายกอบจ.มานานมาก พวกชาวบ้านเออ อะไรเออ ท่านก็คุ้นเคยหมด ทั้งเทศบาล เขตต่าง ๆ คุยกันได้ทั้งหมด...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...นายกฯเก่งนะ โครงการอะไรแกก็คิดไว้อย่างมาก คนนนาเองก็จะรู้เลยว่าแกทำผลงานไว้อย่าง อยู่มาหลายสมัย...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

ในด้านประสบการณ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาจากองค์การภาครัฐ มีประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการงานราชการอย่างยาวนาน และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาของคนเป็นจำนวนมากในด้านการปราบปรามยาเสพติด ได้รับตำแหน่งผู้กำกับ จนได้มีโอกาสมาทำงานทางการเมืองในระดับท้องถิ่นจากการชักชวนของผู้ที่เห็นในความสามารถ และสามารถชนะใจประชาชนจนเข้ามาอยู่ในตำแหน่งได้อย่างยาวนาน กล่าวได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี เป็นผู้มีประสบการณ์งานทางการเมืองเป็นอย่างดี ตลอดจนมีความสามารถในการดำเนินงานเป็นที่ประจักษ์แก่ประชาชนโดยทั่วไป ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...แต่มาถึงตอนนี้เป็นผู้กำกับปากเกร็ดสองปี เป็นผู้กำกับบางบัวทองสองปี ตอนนั้น เป็นการเลือกนายกอบจ.โดยตรง เมื่อก่อนนายกอบจ.เขาเลือกจาก สจ. สมัคร สจ.ก่อน แล้วก็ในสจ.ด้วยกันเลือกเป็นนายกอบจ. ได้ตำแหน่งนายกอบจ. ...ฝ่ายการเมือง จังหวัดนนทบุรีตอนนั้นมีสองขั้ว อีกฝ่ายมันไม่มีใครที่จะส่งผู้ก็มาขอร้องผมให้ลง... ก็มาขอร้องบอกให้มาตรงนี้ช่วยหน่อยมันไม่มีคนอื่นที่จะสู้ได้ ไร่เราก็มีการเป็นตำรวจ เนี่ยมันแก้ปัญหามาจับคนเข้าคุกมันไม่ได้ทำให้สังคมดีขึ้น รังแต่บางครั้งจะไปซ้ำเติม สังคมให้แย่ เพราะเคยจับ ผัวค้ายาเสพติดพอผัวเข้าคุก เมียขายต่อ จับเมียอีกลูกก็ต้องอยู่กับยายอยู่กับย่า บางทีต้องแอบซื้อข้าวสารอะเป็นกระสอบไปให้ มันไม่ใช่ สังคมดีขึ้นการที่จะทำให้สังคมดีขึ้นต้องทำให้เด็กทุกคนเป็นคนดีมันถูกต้องคือการ ป้องกันดีกว่าการไปแก้ปัญหาลายเหตุใช้ไหม เราก็คิดว่ามาอยู่ตรงนี้แล้วเรามา

ทำการศึกษาให้เด็กดีขึ้นก็น่าจะดีนะ น่าจะเป็นประโยชน์ ก็ตัดสินใจตามที่เขาขอร้อง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...นายเคยรับราชการมาก่อน เป็นข้าราชการตำรวจมียศสูง ทำงานมาเยอะ ประสบการณ์ในการทำงานก็เยอะ...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...จะเดินทางไปไหนก็มีแต่คนรู้จัก ด้วยว่าเป็นคนนนทบุรีเองด้วย แล้วก็อยู่ในตำแหน่งมาแบบยาวนาน...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

2) ทักษะการสื่อสาร นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีทักษะการสื่อสารประกอบด้วย บุคลิกภาพ ทักษะการเจรจา และทักษะการโน้มน้าวใจ โดยในส่วนของบุคลิกภาพของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี เป็นผู้ที่บุคลิกภาพดี มีความกระฉับกระเฉง ทำงานรวดเร็ว การพูดจาเสียงดังชัดถ้อยชัดคำ ไม่พูดเยอะ นอกจากนี้ยังมีวาทีศิลป์ในการพูดเพื่อโน้มน้าวใจ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เป็นคนจริงจังทำงานจริงจัง ทำอะไรต้องให้สำเร็จ ลูไม่ถอยกั๊ดไม่ปล่อย...นายๆ เป็นคนแข็งแรงชอบทำอะไรให้มันเร็ว ๆ แต่ไม่ชอบพูดเยอะนะ พูดให้ชัดให้เข้าใจ... แล้วต้องยอมรับนะข้าราชการตำรวจ พูดเลยว่าเป็นคนที่มีวินัยอันดับหนึ่งของประเทศ ... อย่างเช่นงานบวชเนี่ยผมไปพูดตามงานบวชเนี่ยคะนะฮะผมก็บอกว่า ก็โอเคที่ เจ้าภาพรู้จักทำนุบำรุงและสืบต่อพระพุทธศาสนาใช่ไหม แต่ขณะเดียวกันนาคเนี่ยที่บวชเนี่ยก็เข้าใจว่าทดแทนคุณบิดามารดาที่ซุบเลี้ยงมา การทดแทนของนาคไม่ใช่บวชพุงนี้แล้ว ถือว่าเป็นการทดแทนแล้วไม่ได้ ใช่ไหมการบวชพวกนี้เนี่ย ถือว่าเป็นการทำหน้าที่ของบิดามารดาที่ทำนุบำรุงและสืบต่อพระพุทธศาสนาทำให้ศาสนาพุทธมีพระทรงเพิ่มอีกหนึ่งรูป แต่การที่แทนคุณบิดามารดาได้นะนาคจะต้องทำให้ท่านมีความสุขในบ้านปลายชีวิตก็โดยการเข้าไปปฏิบัติกิจวัตรของสงฆ์อย่างเคร่งครัด ลีเกอกมาแล้วต้องนำหลักธรรมในทางศาสนามาใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างจริงจัง ก็จะสอนไปประมาณนี้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ก็จะเป็นคนที่ทำอะไรรวดเร็วมาก กระฉับกระเฉง สั่งการบู๊บู๊ก็ไปแล้ว ทำงานอื่นต่อเลยไม่รอ...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...ท่านจะเป็นคนพูดตรง แต่ไม่ได้ดุนะ... ทำอะไรก็จะทำเร็ว แต่ละวันก็จะได้หลายงาน”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

ในส่วนของการทักเษการเจรจา นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเมื่อพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ที่จะมีความเป็นกันเอง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ และเข้ามาบอกเล่าในสิ่งที่ปัญหา ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จะคลุกคลีอยู่กับประชาชนอยู่แล้ว เราก็ไปหาเข้าถึงเขาได้หมด เพราะเป็นลูกชาวสวนด้วย เรียนไปทำสวนไป ขึ้นต้นไม้อะไรเป็นหมด ขับเรือเป็นทุกชนิด เป็นกันเองกับชาวบ้าน เราเข้าใจเขา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...เราก็เข้าไปรับฟังประเด็นปัญหาของชาวบ้าน แล้วกลับมาคิดต่อว่าจะแก้ปัญหาอย่างไรก็ต้องเตรียมตัวก่อนไป แต่พวกประเด็นปัญหานายกาก็จะรู้เบื้องต้นอยู่แล้ว...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...ชาวบ้านก็จะชอบมาบอกว่ามีปัญหาอะไร เพราะนายกฯเข้าถึงได้ง่าย ท่านลงพื้นที่พบปะประชาชนแทบจะทุกวัน...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

ด้านทักเษการโน้มน้าวใจ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีการลงพื้นที่ไต่ถามสารทุกข์สุกดิบกันอยู่เสมอ มีส่วนร่วมกับความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ เพราะคลุกคลีกับประชาชนมาโดยตลอด จึงเข้าใจและรู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ประชาชนต้องการ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...นั่นนะแล้วก็หลังจากลงเลือกตั้งใจเราเนี่ยตั้งใจจะมาทำเรื่องการศึกษาโดยตรง คิดว่าทำใ้ให้ทุกคนเป็นคนดีหมด ถ้าทุกคนเป็นคนดีโตขึ้นจะไปทำงานอะไรก็ได้ เป็นทรัพยากร



บุคคลที่ดีมาแทนพวกเรานั่นเอง เพราะถ้าติดยามันเป็นปัญหาใหญ่ ต้องแก้ให้ได้ ถ้าคนมันมีคุณภาพการพัฒนามันก็ตามมา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...แถมจะเน้นปัญหาการศึกษา เพราะว่าเมื่อก่อนคนต้องเข้าไปเรียนโรงเรียนในกรุงเทพกันหมด เพราะไม่มั่นใจในคุณภาพของโรงเรียนเรา นายกาก็พยายามทำให้โรงเรียนมันดีขึ้น แล้วก็บอกให้ประชาชนเชื่อมั่นในการส่งลูกหลานมาเรียนนะ...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...พอรู้ว่าจำนวนบุคลากรครูมีไม่พอแถมก็ท่วมเลย เจริญใจขอจ้างครูมาต่างหากให้ครบให้ได้เพื่อคนในจังหวัด ก็คุยกับหลายหน่วย โนมิน่าวจนเห็นปัญหาเหมือนเรา...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

3) มนุษย์สัมพันธ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีคุณลักษณะของมนุษย์สัมพันธ์ที่ประกอบด้วย การเข้าใจผู้อื่น และการเป็นผู้ฟังที่ดี โดยการเข้าใจผู้อื่น นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเป็นผู้ที่เข้าใจความต้องการของประชาชน เพราะมีประสบการณ์ในการคลุกคลีอยู่กับประชาชนอย่างแท้จริง ตั้งแต่ระดับรากหญ้า จนถึงระดับบน จึงเข้าใจในปัญหา และสิ่งที่ประชาชนต้องการ ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...แล้วที่ระหว่างเป็นผู้กำกับปากเกร็ดกับบางบัวทองเอาเยาวชนไปอบรมยาเสพติด ตามวัดตามมัลลิต ประมาณสัก 3,000 คน อบรมเล็กยาประมาณนั้น ก็กินนอนอยู่กับบรรดาผู้ติดยา กำนันผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้าน ตามวิถีเฝ้าเด็ก ... คลุกคลีอยู่กับประชาชน และเป็นคนลูกชาวสวนโดยกำเนิด ก็เห็นปัญหาของเขา เข้าใจเขาแหละ นโยบายก็ทำไปเพื่อช่วยชาวบ้านเขา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ท่านนายกก็จะทราบปัญหาอยู่แล้ว เพราะได้พูดคุยรับฟังปัญหาจากชาวบ้าน มาตลอด...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...ตอนแก่ไปงานที่ชาวบ้านเขาเชิญไป พวกงานบวช งานแต่งงาน งานกีฬาสิ ก็จะมีบ้างที่ชาวบ้านเขามาคุยเรื่องปัญหาในพื้นที่ มาบอกว่าเขาต้องการอะไร ท่านก็จะฟังมาเพื่อเอามาแก้ไขค่ะ ถ้ามันสามารถทำได้...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

ส่วนการเป็นผู้ฟังที่ดี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีการเปิดกว้างรับฟังจากผู้ได้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงานในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจทางอารมณ์ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...งานไหนที่ทำได้หรือไม่ได้ ติดปัญหาอะไรก็เข้ามาคุยกัน บางทีเราสั่งไปเขาทำไม่ได้หรือเสนออะไรมาแล้วมันไม่เข้าใจก็ให้มาคุยกันเลย ต้องไม่ซ้ำแบบสั่งไปแล้วก็เียบหายงานมันจะดำเนินการไม่ทัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ถ้าติดอะไรก็สามารถขึ้นไปคุยกับท่านได้เลย ท่านไม่ชอบถ้าเราซ้ำ...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...เสนอได้ ถ้ามันเป็นไปตามอำนาจหน้าที่อยู่แล้ว เราก็เสนอเรื่องขึ้นไปเลย แล้วถ้ามีข้อสงสัย ประเด็นไหน นายทาก็จะถามเอง...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

4) คุณธรรม นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีคุณลักษณะของคุณธรรมที่โดดเด่นที่สุดคือการมุ่งเน้นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม และการพัฒนาคนให้เป็นคนดี โดยเห็นได้จากแนวทางการดำเนินงานทุกอย่างที่เน้นผู้ได้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงานให้ทำงานโดยคิดถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ไม่เน้นพวกพ้อง หรือการฝึกฝฝายใด ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ดูแลในภาพรวมไม่ใช่ยึดองค์กรตัวเองเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดว่าดีเด่นเฉพาะโรงเรียนอบจ. โรงเรียนอบจ.เองผมให้อุดหนุนหลังโรงเรียนสพฐ.ด้วย มีธมมต่าง ๆ เนี่ยให้ก่อนหมด โรงเรียนอบจ.เอาไว้ทีหลัง มองภาพรวมไม่ใช่มององค์กรของตัวเองอย่างเดียวทุกวันเนี่ยประเทศไทยของเราเนี่ยติดปัญหาเรื่องทุกคนมององค์กรตัวเองเป็นหลัก มันจะไปต่อไม่ได้ ผมพยายามบอกลูกน้องทุกคน ย้ำอยู่ตลอดเวลาเรื่องนี้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ท่านจะเน้นย้ำมากเรื่องให้ทำอะไรก็คิดถึงภาพรวมด้วย ไม่ได้เอาแค่ของอบจ.เรา  
อย่างเดียว...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...มันจะต้องดูในภาพรวม ประสานงานโครงการอะไรก็ต้องเน้นประโยชน์ในส่วนรวม  
เป็นหลัก ไม่ได้ตัดจบแค่อบจ.ได้ประโยชน์นะ ต้องดำเนินงานไปในแนว ๆ นี้ เพราะ  
เราดูงานแทบจะทุกด้าน งานมันก็จะเข้ามาเยอะมาก ...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

ในด้านของการพัฒนาคนให้เป็นคนดี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี  
ตั้งใจในการสร้างคนจากระบบการศึกษาที่ดี เน้นการมีคุณลักษณะที่ดี 5 ประการ โดยปลูกฝังตั้งแต่  
วัยเด็กที่เริ่มเข้าสู่กระบวนการศึกษา เพื่อให้เกิดความมีวินัย มีคุณธรรมประจำตัว สังคมจึงจะมีคนดี  
ที่ทำงานเป็นเข้าสู่สังคม ประเทศชาติก็จะได้รับการพัฒนาไปในทางที่ดีเอง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เด็กจะประสบความสำเร็จในการทำงานต้องมีคุณลักษณะ 5 ประการ เข้มแข็ง  
รวดเร็ว จริงจัง มีวินัย มีคุณธรรมไปประกอบ มันถึงจะประสบความสำเร็จแล้วไม่เป็น  
พิษเป็นภัยกับใครเพราะมีคุณลักษณะที่สังคมต้องการ ดีกว่าเด็กที่วิชาการเก่งแต่เห็น  
แก่ตัวชี้แจงชี้โก่งขี้จางเป็นอย่างนี้ไปหมดเพราะเราละเลยเรื่องหน้าที่พลเมืองดี  
ศีลธรรมเราไม่มีการเป็นตัวชี้วัดในการสอบ มันจะส่งผลกระทบต่อประเทศชาติ... ต้อง  
ไปปลูกฝังในจิตสำนึกเด็กต้องเอามาตั้งอนุบาล ต้องเอาให้ได้ เด็กต้องรู้ว่าคุณลักษณะ  
5 ประการเด็กจำเป็นต้องมี...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...นายกจะมีคำติดปากช่วงนี้เลยคือ เข้มแข็งรวดเร็ว จริงจัง มีวินัย มีคุณธรรม เน้น  
ในเรื่องการสร้างคุณลักษณะที่ดี 5 ประการให้ปลูกฝังในเด็ก...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...เน้นเรื่องการศึกษาเป็นหลักแล้วควบคู่กับการเป็นคนดีด้วย...”

(ที่มิววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

5) อุดมการณ์ นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีความแน่วแน่ในการแก้ไข ปัญหาให้ได้อย่างแท้จริง ประชาชนต้องรับรู้และจับต้องได้ แลกจนนโยบายอะไรไว้ก็ต้องทำให้ได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...นายกฯเป็นคนไม่ชอบประเภทสร้างภาพเราต้องเป็นตำรวจแล้วแกลงข่าวเนี่ย นายกไม่เอา ไม่เคยแกลงเลย ไม่แกลง ต้องให้สิ่งที่เราทำเนี่ย ผลงานมันเป็นตัวบอก เอง อย่างพวกนักการเมืองชอบนำเสนออะไรที่มันสวยหรู พวกสร้างภาพเราไม่เอาเลย ...ปัญหาที่มันมีต้องเอามาแก้ไขให้ได้ กัดไม่ปล่อย จนกว่าจะทำได้ ...ยิ่งเราให้ ประชาชนเป็นคนเลือกเข้ามา ถ้าเราไม่ทำอะไรเลย ไม่ทำงานให้เขา มันก็ยังไม่ดีใหญ่ เลย ต้องให้เขาจับต้องได้ด้วย พุดอะไรไปก็ต้องทำ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...แต่ก่อนมันจะมีกองทุนเขาขยะเลย ไม่มีที่ทำลาย กองสูงมาก แล้วเหม็นไปทั่ว ... นายกฯ ก็คิดทางแก้มว่าเราเอาขยะไปทำประโยชน์ได้ไหม จนมาเป็นโรงไฟฟ้าที่มาจากขยะมีการบริหารจัดการขยะ ...ในตอนแรกก็คิดเรื่องกฎหมายแต่ก็ตั้งใจในการ แก้ไขจนในที่สุดก็ทำได้ แก้ปัญหาตรงนี้ได้จริงตามที่เคยบอกกับชาวบ้านไว้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...ปัญหาน้ำท่วมก็ตั้งใจที่จะช่วยชาวบ้านจริง ๆ ...อบจ. จัดหากระสอบทรายทำคันกัน เองตลอดทำทุกปี ช่วยกันน้ำให้คนในพื้นที่ ของเราเลยมีปัญหาน้อยมากเมื่อเทียบกับ พื้นที่อื่นเขา...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

6) ความมุ่งมั่น นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีจิตใจแน่วแน่ในการทำงาน เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย มีความต้องการให้ประเทศเกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาให้ประชาชน โดยจังหวัดนนทบุรีมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการขยะ และไม่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย ต้องใช้เวลา ในการศึกษาและหาแนวทางดำเนินการ จะเห็นได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ย่อท้อต่อ อุปสรรค แม้จะมีความยากลำบากในด้านของกฎหมายและใช้เวลาในการดำเนินการนานในแต่ละ ขั้นตอน เพื่อให้การแก้ปัญหาสำเร็จได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เรื่องขยะนี้เป็นปัญหาใหญ่เลยในตอนแรก เรามีคนเยอะขยะก็เยอะ แต่ก่อนมันเป็นขยะเอามากองไว้ เหม็นไปทั่ว โรงเผาเราก็ไม่มี พื้นที่ฝังกลบก็จะมีละก็มาคิดหาวิธีการให้มันไม่เหม็น ให้คนที่อยู่รอบข้างเขาใช้ชีวิตได้อะ ...ได้มาเป็นโรงไฟฟ้าจากผลิตจากขยะฝังกลบ แต่เราไม่ได้ลงทุนตัวโรงไฟฟ้าเองนะ เป็นสัมปทานไปเลย แต่เราติดปัญหาเรื่องกฎหมายตอนแรก ต้องใช้เวลาศึกษา ขอแก้ไขพวกเรื่องที่ดินก็พยายามทำไป เพราะถ้าทำได้มันจะแก้ปัญหาก็เกิดประโยชน์กับประชาชนแน่นอน ...จนตอนนี้ใครก็มาดูงานกันเรื่อย ๆ มีโรงไฟฟ้า 2 โรงละ โรงที่ 3 กับ 4 กำลังดำเนินการ... ก็ยอมรับว่าในการทำงานอุปสรรคปัญหาเยอะมาก 19 ปีเต็มที่อยู่มาเนี่ย ยอมรับเลย ทั้งสตง. ทั้งปพช. ทั้งการบริหารจัดการ ทั้งลูกน้องภายในมันไม่ใช่เรื่องง่าย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...การแก้กฎหมายเรื่องที่ดินก็ใช้ระยะเวลาานพอสมควร แต่ก็ดำเนินการ เพื่อช่วยแก้ปัญหา ต้องทำไปจนกว่าจะได้...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...โรงไฟฟ้าพลังงานขยะนี้เห็นชัดเจน เพราะรู้แต่แรกเลยที่ต้องใช้เวลาแล้วก็พลังเยอะในการไปแก้ไข แต่ก็ต้องดำเนินการให้ชาวบ้านเขา...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

สรุปการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ที่มีภูมิลำเนาเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาจากองค์กรภาครัฐ มีรายละเอียดคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีประวัติสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีประวัติการทำงานที่ดี เป็นที่ยอมรับของคนโดยทั่วไป จนได้รับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตกิตติมศักดิ์ เคยรับราชการตำรวจช่วยงานพัฒนาสังคมมาก่อน เป็นที่คุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่น เป็นผู้ที่มีความรอบรู้ในเรื่องกฎระเบียบทางราชการเป็นอย่างดี มีความสามารถ จนได้เป็นถึงยศผู้กำกับ รู้จักการวางแผนเป้าหมายในการทำงานในด้านประสพการณ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีที่มีภูมิลำเนาจากองค์กรภาครัฐมีประสพการณ์ในด้านการบริหารจัดการงานราชการมาอย่างยาวนาน และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาของคนเป็นจำนวนมากในด้านการปราบปรามยาเสพติด ได้รับตำแหน่งผู้กำกับ จนเมื่อมีโอกาสมาทำงานทางการเมืองท้องถิ่นจากการชักชวนของผู้ที่เห็นในความสามารถ ก็สามารถชนะใจประชาชนจนเข้ามาอยู่ในตำแหน่งได้อย่างยาวนาน กล่าวได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเป็นผู้ที่มีประสพการณ์งานทางการเมืองเป็นอย่างดี ตลอดจนมีความสามารถในการดำเนินงานเป็นที่ประจักษ์แก่ประชาชน

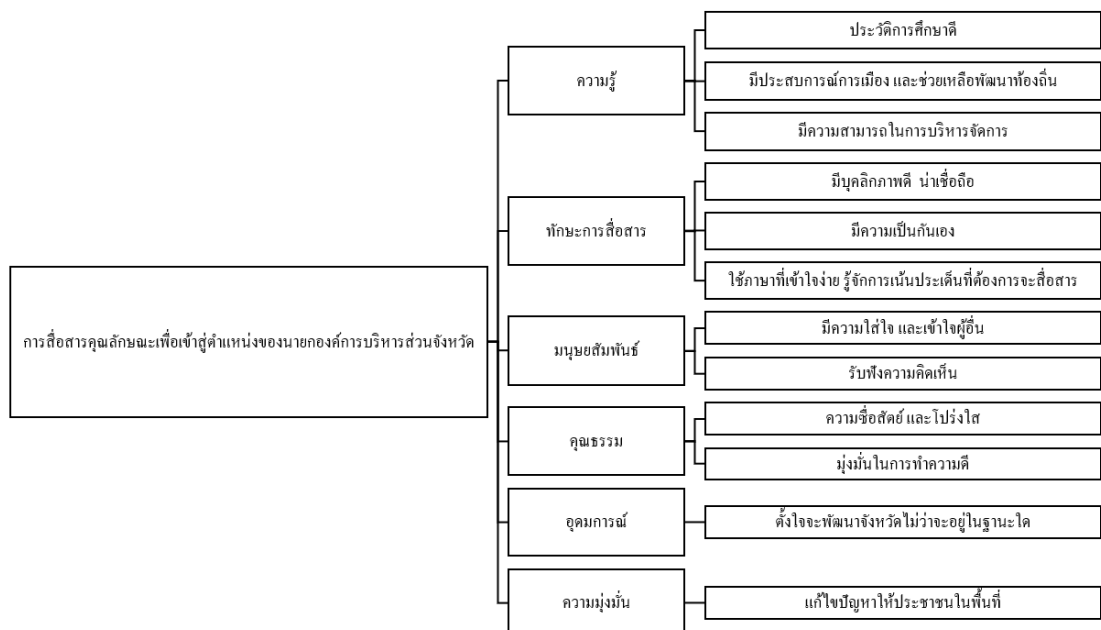


โดยทั่วไป ในด้านทักษะการสื่อสาร นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี เป็นผู้ที่มีความบุคลิกภาพดี มีความกระฉับกระเฉง ทำงานรวดเร็ว การพูดจาเสียงดังชัดถ้อยชัดคำ แต่ไม่พูดเยอะ จะเน้นพูดเฉพาะเรื่องที่จำเป็นเท่านั้น นอกจากนี้ในการสื่อสารยังมีวาทีศิลป์ในการพูดเพื่อโน้มน้าวใจ ในส่วนของทักษะการเจรจา นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเมื่อพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นกันเอง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ และเข้ามาบอกเล่าในสิ่งที่เป็นปัญหา นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีการลงพื้นที่ไต่ถามสารทุกข์สุกดิบกับชาวบ้านอยู่เสมอ มีความรู้สึกและมีส่วนร่วมกับความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ เนื่องจากคลุกคลีกับประชาชนมาโดยตลอด จึงเข้าใจและรู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ประชาชนต้องการ เข้าใจประชาชน เพราะมีประสบการณ์อยู่ร่วมกับประชาชนอย่างแท้จริง ตั้งแต่ระดับรากหญ้า จนไปถึงระดับบน และในการดำเนินงานก็ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีการเปิดกว้างรับฟังจากผู้ได้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงานในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ เป็นผู้ที่มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ สามารถเข้าพบและปรึกษางานได้อยู่ตลอด ในส่วนของคุณลักษณะของคุณธรรมที่โดดเด่นที่สุดคือการมุ่งเน้นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม และการพัฒนาคนให้เป็นคนดี จะเห็นได้จากแนวทางการดำเนินงานทุกอย่างที่เน้นให้ผู้ที่ได้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงานทำงานโดยคิดถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ไม่เน้นพวกพ้อง หรือการฝึกใฝ่ฝ่ายใด ในด้านการพัฒนาคนให้เป็นคนดี นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ตั้งใจในการสร้างคนจากระบบการศึกษาที่ดี เน้นการมีคุณลักษณะที่ดี 5 ประการ โดยปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็กที่เริ่มเข้าสู่กระบวนการศึกษา เพื่อให้เกิดความมีวินัย มีคุณธรรมประจำตัว สังคมจึงจะมีคนดีที่ทำงานเป็น รู้จักอดทนอดกลั้น เข้าสู่สังคม ประเทศชาติก็จะได้รับการพัฒนาไปในทางที่ดี อุดมการณ์ นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีอุดมการณ์แน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง ประชาชนต้องรับรู้และจับต้องได้ แลลงนโยบายอะไรไว้ก็ต้องทำให้ได้ ต้องการให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย มีความต้องการให้ประเทศเกิดการพัฒนา โดยจังหวัดนนทบุรีมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการขยะ และไม่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย ต้องใช้เวลาในการศึกษาและหาแนวทางดำเนินการ และนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค แม้จะมีความยากลำบากในด้านของกฎหมายและใช้เวลาในการดำเนินการนานในแต่ละขั้นตอน ก็มุ่งมั่นจนแก้ไขปัญหาสำเร็จได้

จากการศึกษา พบว่า คุณลักษณะที่แตกต่างกัน คือ ด้านทักษะการสื่อสาร นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง มีความสามารถในการเลือกพูดคุยเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชน หรือเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสสังคม ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจที่จะรับฟัง นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีภูมิหลังจากผู้ที่เคยครอบครัวยุโรปธุรกิจ มีความเข้าใจในกระบวนการรับสารของชาวบ้านหรือประชาชน มีความสามารถในการรับรู้ว่าต้องเน้นย้ำเรื่องใดในการสื่อสารกับประชาชน อะไรเป็นประเด็นสำคัญ และเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องรู้ จากประสบการณ์

ความเป็นชาวบ้านของตน ส่วนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่มีภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐ จะเน้นพูดคุยหรือเจรจาเฉพาะเรื่องที่เป็นเท่านั้น ไม่มีการพูดนอกเหนือประเด็น ทางด้านมนุษยสัมพันธ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมืองนั้นมีความเข้าใจในความแตกต่างและความหลากหลายของประชาชนในพื้นที่ จึงมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานสูง และเป็นผู้ที่เน้นทำอะไรอย่างเปิดเผยให้ประชาชนรับรู้ ด้านคุณธรรม นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ เน้นหลักของความคุ้มค่าในการดำเนินงานเรื่องต่าง ๆ งบประมาณที่นำมาใช้จะต้องไม่ใช่จ่ายเกินความจำเป็น ยึดหลักความเหมาะสม ส่วนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมืองเน้นการพูดแล้วต้องทำให้ได้ หากรับปากประชาชนในเรื่องใดก็ต้องหาทางดำเนินการให้ได้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น คุณลักษณะร่วมที่เหมือนกัน คือ การเป็นผู้มีประวัติสำเร็จการศึกษาดี มีความสามารถ รอบรู้ในการบริหารจัดการ มีประสบการณ์ในการช่วยเหลือและพัฒนาท้องถิ่น เป็นที่คุ้นเคยของชาวบ้าน รวมถึงการมีประสบการณ์ในการเมือง ส่วนของบุคลิกภาพเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพดี ไม่ถือตัว เวลาพูดคุยใช้ภาษาเข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนเข้าใจได้ เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมกับความปรารถนาของประชาชน เป็นผู้ฟังที่ดี มีวุฒิภาวะ ด้านคุณธรรมมีความซื่อตรง โปร่งใสในการดำเนินงาน มุ่งมั่นทำความดี และมีอุดมการณ์ที่จะแก้ไขปัญหาให้ประชาชน และมุ่งมั่นไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคในการดำเนินงาน

ผลการศึกษาคู่มือการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสามารถสรุปเป็นแผนภาพ รายละเอียดได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 แผนภาพการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

จากแผนภาพที่ 4.1 สามารถสรุปภาพรวมการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้ดังนี้ การสื่อสารคุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องประกอบไปด้วย การเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องกฎระเบียบของทางราชการ มีประสบการณ์ทางการเมืองและการทำงานอย่างยาวนาน เป็นผู้ที่ชาวบ้านคุ้นเคย และนับหน้าถือตา ในส่วนของบุคลิกภาพเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี มีความกระฉับกระเฉง การพูดจาชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ แต่เป็นกันเองกับประชาชน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ มีความรู้สึกและมีส่วนร่วมกับความรับผิดชอบ และปัญหาของคนในพื้นที่ วุฒิกวาระทางอารมณ์ เป็นผู้ฟังที่ดีทั้งจากประชาชน และจากผู้ได้บังคับบัญชา ในด้านคุณธรรมจะเน้นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ซื่อตรง โปร่งใส ยึดหลักของความคุ้มค่า และเชื่อมั่นในการทำความดี มีอุดมการณ์ที่ต้องการจะแก้ปัญหาของประชาชนอย่างแท้จริง และมุ่งมั่นในการดำเนินงานให้สำเร็จเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด

## ส่วนที่ 2 : ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

### 2.1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

#### แม่ฮ่องสอน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้กลยุทธ์ที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนใช้ในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และกลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ดังนี้

2.1.1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้กลวิธี กล่าวคือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร และช่องทางในการเผยแพร่เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ ดังนี้

1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ใช้ลักษณะของผู้ส่งสาร กล่าวคือใช้ลักษณะความน่าเชื่อถือของตัวนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเองในการสื่อสาร เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่ยาวนาน และมีผลงานจำนวนมากที่ดำเนินการแล้วประสบผลสำเร็จ จึงสามารถนำมาเสนอเป็นวิสัยทัศน์ทางการเมืองได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...งานทุกวันนี้ที่มันเดินมาได้กันขนาดนี้เพราะมันมีความต่อเนื่องทางการบริหารมีความต่อเนื่องในพวกผู้บริหารอะไรอย่างเงี้ย เนี่ยเหตุผลหนึ่งจริง ๆ มันก็เป็นกุศโลบายอยู่ในตัวตนของมันเอง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านนายกมีผลงานและประสบการณ์เยอะค่ะ สามารถหยิบมาเป็นนโยบายได้แทบจะทั้งหมด...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ก็จะเน้นให้เห็นถึงความต่อเนื่องในการบริหารงาน และผลงานที่เกิดขึ้น...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

และมีกลยุทธ์เนื้อหาสาร รูปแบบการนำเสนอ ในการใช้เนื้อหาของสารที่ง่ายต่อการเข้าใจ มีการจดจำได้ง่าย มีความน่าสนใจ ข้อความกระชับ ได้ใจความในตัวเองในการเสนอเป็นวิสัยทัศน์ทางการเมือง ให้กับประชาชน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราเริ่มต้นจากภายในราชการก่อนเราใช้ Motto อย่างเล็ก็จะเขียนว่า ก้าวหน้า ต่อเนื่อง ซึ่งใช้มาเกือบร่วม 10 ปีแล้ว Motto นี้ด้านหลังเล็ก็จะเขียนเลยไม่ว่าจะเป็นโครงการเรื่องเด็กเนี่ยนะ ครั้น มันจะเขียนว่าก้าวหน้าเพราะต่อเนื่อง แต่มันไม่ใช่การเมืองนะ ไม่ใช่ว่าผมได้เป็นต่อเนี่ยนะ แต่ถ้าเราบอกว่าเนี่ยคุณจะมีควมก้าวหน้าเพราะคุณทำอะไรที่มันต่อเนื่องคุณทำตลอดคุณก็จะก้าวหน้าถ้าคุณทำแล้วหยุดคุณก็ก้าวหน้าไม่ได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...แจะย้าในเรื่องของการก้าวหน้าเพราะต่อเนี่ยองคะ แลก็ใช้สโลแกนนี้ในการหาเสียงทำงาน นำเสนอตัวเอง ในตอนแรกจะเป็นแค่ของตัวเอง แต่หลัง ๆ มา แลก็ให้คนในองค์กร ซึมซับเข้าไป เวลาจะทำอะไร จัดงานทำป้ายทำสื่อจะมีคำนี้ในทุก ๆ ชิ้นงานอยู่เสมอ ๆ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...เน้นเรื่องสโลแกนที่ใช้มาตลอด อย่างก้าวหน้าเพราะต่อเนื่อง ใครได้ยินก็จำได้ง่ายได้ยินแล้วก็จะนึกถึงตัวท่านนายก...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า วิสัยทัศน์ในการบริหารงานเน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ผลักดันให้ผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา ตลอดจนพนักงานใหม่ สามารถคิดโครงการ และดำเนินการได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นกลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม กล่าวคือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้รูปแบบการสื่อสารจากล่างขึ้นบน กล่าวคือ การดำเนินงานให้พนักงานทุกระดับได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอโครงการต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งโครงการ การทำแผนงบประมาณ ให้กับผู้บังคับบัญชา และการบริหารงาน ใช้ระบบพี่เลี้ยง เพื่อช่วยให้พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้งานได้เร็วขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...คือถ้าเราจะทำอะไรแล้วเราชูตัวตนเราเป็นที่ตั้ง เราได้แค่ทำได้แค่สั่งแล้วเขาก็จะทำเท่าที่เราสั่ง แล้วเราก็ต้องคิดและสั่งตลอด แต่ถ้าเราไม่โชว์ที่ตัวเราแต่ใช้องค์ประกอบหลายอย่างที่พูดเข้ามาเนี่ย เขาจะทุ่มเทตั้งแต่คิด ในขณะที่เดียวกันเมื่อเราคิดว่าเออถ้าเราเป็นผู้สั่งเขาก็จะเดินไปตามที่เราสั่ง เขาถึงทางแยกเราต้องไปสั่งเขาอีกใหม่ว่าจะให้ตรงไป จะเลี้ยวซ้าย หรือจะเลี้ยวขวา ต้องไม่เอาตัวตนเราเป็นหลักเราก็ต้องไปเอาองค์กรใช้ใหม่ เถอะเช่นเดียวกันแหละการปกครองการบังคับบัญชามันก็มีระดับมีผู้อำนวยการกอง มีหัวหน้าฝ่ายมีอะไรพวกนี้ คราวนี้หัวหน้าฝ่ายถ้าผู้อำนวยการกองเอาอีตตัวตนเป็นที่ตั้งคนเดียวอีกเป็นผู้สั่งอีก หัวหน้าฝ่ายก็จะรอให้ผู้อำนวยการบอกซ้ายบอกขวา ระดับหัวหน้าฝ่ายมีคนปกครองอีกก็ต้องสั่งตลอด ก็เลยจะใช้วิธีเริ่มต้นโครงการเนี่ยให้พวกเด็กเป็นคนคิด แล้วผู้บริหารตั้งแต่นายกปลัด รองปลัด ผู้อำนวยการกอง พวกคุณมานั่งฟังและช่วยกันขัดเกลา แล้วทำความคิดของเด็กให้มันสามารถเป็นจริง เราจะได้ไม่ต้องไปสั่งเขา เป็นความคิดเขา และเขาจะต้องทำเพราะเขาเป็นคนคิดแล้วเขาจะต้องเดินไปถึงจุดหมายที่เราต้องการโดยที่เราไม่ต้องบอกว่าคุณต้องทำยังไง เพราะเราบอกเขาไม่ได้ตลอด ประมาณนี้ คัพท์ที่เรียนมาจำไม่ได้แต่ว่าการทำงานมันคืออย่างนี้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...อย่างการจัดทำแผนงบประมาณคะ ทางนายเองจะให้พวกเราเป็นผู้ที่นำเสนอขึ้นไป แกะจะไม่ใช้แบบสั่งให้ไปทำโน่นนี่มานะ แต่ต้องคิดขึ้นมาเองจากปัญหาของประชาชนในพื้นที่ แล้วก็ให้นำเสนอเองด้วยคะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)



“...ท่านนายกก็จะพูดอยู่ตลอดเวลาให้ทำงานแบบเน้นตัวองค์กรนะ ไม่ต้องเน้นที่ตัวแก ไม่ต้องเอาใจเยอะ ...เวลาเสนอเรื่องอะไรก็ให้ทำเองเลยแล้วพวกผู้ใหญ่จะช่วยดูกันอีกที...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

3) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ในอดีตนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนใช้ช่องทางในการสื่อสารไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา ผ่านการประชุมอย่างเป็นทางการ โดยมีวิธีการดำเนินการในการเชิญประชุมผ่านจดหมายเชิญล่วงหน้าเพื่อนัดประชุม และเนื่องจากในสมัยก่อนที่การตัดถนนยังไม่ถึง ประกอบกับไม่มีไฟฟ้าใช้เพราะอยู่ในเขตพื้นที่ป่า และความเจริญทางเทคโนโลยียังเข้าไปไม่ถึงทำให้การจัดประชุมกับผู้ใต้บังคับบัญชาไม่บ่อยมาก ความถี่ในการจัดประชุมประมาณ 3 เดือนครั้ง ทำให้พบปัญหาในการติดตาม และประสานงาน ต่อมาในช่วงปี 2558 การพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และการตัดถนน ไฟฟ้าเข้าถึง จึงเริ่มมีมีการใช้สื่อใหม่ คือ เฟซบุ๊ก และไลน์ ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้บังคับบัญชา โดยการตั้งกลุ่มไลน์มีการแบ่งตามระดับการบังคับบัญชาย่อย ๆ เพื่อสื่อสารงานให้ตรงกับสายงานโดยตรง ซึ่งการใช้สื่อเฟซบุ๊กและไลน์ จะใช้ในกรณีที่มีเนื้อหาในเรื่องงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชน และถ้าเป็นเรื่องที่สำคัญเร่งด่วน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนจะข้อความผ่านไลน์เพื่อคุยกับผู้บริหารแต่ละท่านเป็นการส่วนตัว อย่างไรก็ตาม การประชุมอย่างเป็นทางการยังคงดำเนินการอยู่ทุกไตรมาส เพื่อสื่อสารในเรื่องผลการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร ดังคำสัมภาษณ์

“...ต้องดูองค์ประกอบด้วย ถ้าปัจจุบันก็แบบนี้ อดีตก็แบบนี้ ไม่มีเฟซบุ๊ก ไม่มีไลน์ จังหวัดกว้างมากวันนี้ยังมีตั้ง 100 บ้านแต่ไม่เหมือนเป็นคนไทย หมู่บ้านบางหมู่บ้านตั้งมาตั้ง 100 ปียังไม่มีไฟฟ้าใช้เพราะไปอยู่ในเขตอนุรักษ์ ไฟฟ้าไม่ปักเสาเพราะป่าไม้ไม่อนุญาตต้องไปขอเพิกถอนที่مامติกรม. ไม่มีใครทำให้เนื่องจากประชาชนมีแค่ 100 กว่าคน เขาก็ต้องอยู่แบบมีติดต่อกันซึ่งเดี๋ยวตอนนี้จะมีทางแก๊ส ดังนั้นเขาจะเอาสัญญาณโทรศัพท์ที่ไหนและจะสื่อสารอย่างไร ...มีไฟฟ้าได้ยังดินะผู้นำหมู่บ้านยังใช้โทรโข่งกระจายเสียงตามหมู่บ้านแล้วก็มี เพราะเขามีโซลาร์เซลล์ แต่พวกฮอตสปอตยังไม่มี ในตอนแรก ๆ เนี่ยเวลาการสื่อสารก็จึงต้องใช้การสื่อสารผ่านประชุมภาคประชาชนจะไปถึงกับเครือข่ายกับผู้นำ เวลาจะนัดประชุมพวกนี้ที่ต้องส่งหนังสือล่วงหน้า ไม่สามารถส่งทางเฟซทางไลน์ทางอะไรพวกนี้เพราะมันไม่มี จำได้เมื่อก่อนตอนสมัยแค่ตอนปี 49-50 ประชุมสภามีสจ.อยู่คนนึงเราต้องส่งหนังสือฝากไปล่วงหน้าเกือบเดือนเพื่อเชิญเข้ามาประชุม ติดต่อกันไม่ได้ จะติดต่อโทรศัพท์ก็ไม่มี อะไรก็ไม่มีในยุคนั้น หมายความว่าเครื่องช่วยในการสื่อสารมันไม่ได้สมบูรณ์ เครื่องมือสื่อสารในตอนนั้นในยุคนั้นมันไม่ได้ทันสมัยอย่างนี้เพราะฉะนั้นก็

ต้องผ่านคำว่า คน ผู้นำ ถ้าภาคประชาชนก็กับผู้นำ ส่วนในภาคองค์กรมันจะประชุมกันตลอด เรียกว่าประชุมทั้งหมดเป็นร้อย ๆ ตลอด เป็นไปไม่ได้ก็จะประชุมผู้บริหารภายใต้การติดตาม การหารือในที่ประชุม ก็อาจจะประชุมถี่ขึ้นอะไรอย่างเงี้ย อาทิตย์เว้นอาทิตย์ ครบถ้าประชุมภาพรวมแล้วก็ 2-3 เดือนครั้งนึงใน อดีต พอตอนหลังเทคโนโลยีมันเข้ามา มีบทบาทมากขึ้นมันมีเฟซมี ไลน์ นะครับ เราก็ไปตามช่องทางนั้นทางเฟซทาง ไลน์ ในภาคการเมือง ในภาคราชการคงไม่มีปัญหามันจะมี ไลน์ กลุ่มส่งงานกัน ถ้ามี ไลน์ กลุ่มไม่มีปัญหาที่จะต้องมีการประชุมทุกอาทิตย์ มีทางเฟซทางไลน์เนี่ยช่วย ซึ่งทั้งองค์กรก็จะได้เห็นได้เห็นไลน์กลุ่มขององค์กร แต่จะไม่เห็นกลุ่มของผู้บริหาร ก็คือมันจะแล้วแต่สแต็ปของการสั่งการ อย่างนายจะสั่งการอยู่ใน ไลน์ กลุ่มผู้บริหาร แล้วก็เขาก็จะไปสั่งการใน ไลน์ กลุ่มใหญ่ของอบจ เขามีไลน์กองไลน์อะไรพวกนี้ครับ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...โดยปกติจะมีการประชุมของพวกผู้บริหารเอง โดยเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง ถ้ากำหนดใหญ่ แล้วถ้าจะคุยกับทั้งองค์กรเลยจะคุยไตรมาสละ 1 ครั้ง เพราะเราต้องรวมเจ้าหน้าที่นอกพื้นที่ด้วย แต่นายเองจะถามในหลาย ๆ ส่วนก่อน ว่าองค์กรเราเป็นยังไง ตอนนี้มีประเด็นอะไรที่ต้องระมัดระวัง หรือต้องชี้แจงเพื่อให้เข้าใจตรงกัน ปฏิบัติเหมือนกันไหม แต่ถ้าเร่งด่วนหรือร้ายแรงจริง ๆ เราจะมี ไลน์กลุ่มขององค์กร ทางนายจะสั่งการผ่านไลน์นั้นเลย... ถ้าเร่งด่วนนายจะไม่ไลน์ในกลุ่มแต่จะคุยตรงกับผู้บริหารแต่ละท่านไปเลย”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ก็จะมีการประชุมโดยปกติเดือนละ 2 ครั้ง แล้วก็ไลน์กลุ่มที่แบ่งแต่ละกองงานอีกที แล้วก็ไลน์ผู้บริหารซึ่งเราจะไม่เห็น...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

ในส่วนการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชนนั้นใช้กลยุทธ์การเลือกช่องทางการสื่อสาร โดยเลือกสื่อสารธารณะ จะสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีทั้งในส่วนของเฟซบุ๊ก ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด และเฟซบุ๊กแฟนเพจของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเอง ในส่วนของเนื้อหาจะเป็นการโฆษณา งานที่ทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นเจ้าภาพและริเริ่มในการดำเนินการ ใช้กลวิธีการสร้างกิจกรรม และเนื้อหาสาระมีการวางแผนในการเลือกเนื้อหาสาระให้มีความทันต่อเหตุการณ์และ

ดึงดูดความสนใจ รวมถึงการแสดงได้ถึงวิสัยทัศน์ที่มีต่อการทำงานเพื่อประชาชน ใช้ในการสะท้อนปัญหาของประชาชน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราต้องช่วยประชาชนสมมุติว่าให้ขายของให้ได้ ปกติมันมีอยู่แล้วรัฐเป็นคนจัด แต่รัฐไม่ได้บอกว่าเท่าไรหรือรัฐไม่ได้หุ้ม แค่ได้จัด อย่างธงฟ้าอะไรเหรอ นั้นเราก็จะจัดงานแล้วให้คนมาขายของแต่จัดงานในรูปลักษณะเหมือนโฆษณาเป็นการท่องเที่ยวได้ด้วย คนมาแสดงต้องได้ตั้งคั้งมันจะแสดงเพื่ออะไร การอนุรักษ์ต้องได้มาซึ่งตั้งคั้ง การทำอะไรก็ต้องมีเรื่องเงิน แต่เขาบอกว่าเราไม่เห็นเงินเป็นใหญ่นะไม่ได้สอนให้ทุกคนเห็นแก่เงินนะไซ้ใหม่ แต่ไม่ได้เงินมันจะอยู่ได้อย่างไร แต่ถ้าเกิดต้องได้เงินมาอย่างเงี้ยมันก็มีพลัง ก็เอาไอ้สิ่งเหล่านี้มาผสมทำเรื่องท่องเที่ยวด้วยทำเรื่องอนุรักษ์ด้วย ทำเรื่องสินค้าให้เขาขายให้ได้ แค่นี้เขาก็จะมีความรู้สึกที่อ้อนี่เราเข้าไปมีบทบาทในการหาเงินซึ่งเราไม่สามารถจะช่วยเหลือคนหาเงินได้ทั้งหมดแต่อย่างน้อยนั่นคือบทบาทที่เราได้ทำไป คือทำให้เขารู้ว่าเราทำอะไร ในเพจผมด้วยเช่นกันมันก็จะบอกไปแต่เรื่องพวกนี้ ไม่งั้นเขาก็ยังไม่อยากเข้ามาในเพจเรา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ส่วนมากถ้าแบบเร็วสุดเลยจะเป็นเฟซบุ๊กเพราะทำได้ทันทีแล้วก็ทันสมัยการณด้วย...จะเน้นเรื่องที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นหลัก...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...วางแผนร่วมกับกองงานอื่น ๆ ว่าจะมีงานอะไรบ้าง จะเริ่มเมื่อไหร่ เราก็เข้าไปช่วยดูประชาสัมพันธ์ให้มันน่าสนใจ ให้ชาวบ้านรู้ว่ามื่ออะไรแบบนี้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

นอกจากนี้ยังพบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้โซเชียลมีเดีย เนื่องจากเป็นผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจด้วยตนเอง เนื่องจากจังหวัดเล็กไม่มีงบประมาณเป็นจำนวนมาก จึงได้แก้ปัญหาด้วยตนเอง เพื่อเป็นการบริหารจัดการและแก้ปัญหา ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ผมมีเพจอยู่นะ เพจเฟซบุ๊กเนอะ ก็จะใช้แจ้งข่าว แจ้งงานที่เราทำที่เราอยากจะบอกกับชาวบ้านเขา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...จะว่าไปทางท่านนายกฯ น่าสงสารมาก เพราะแกต้องเป็นคนดูแลเพจเฟซบุ๊กเอง เนื่องจากจังหวัดเราเป็นจังหวัดเล็กและงบประมาณมีไม่มาก อัตรากำลังคนน้อย การจะทำข้อมูลประชาสัมพันธ์เลยต้องวางแผนไว้ก่อน แล้วดำเนินการตามแผน จะไม่มีทีมงานที่ดูแลท่านโดยเฉพาะ ดังนั้นถ้านอกเหนือแผนแล้วจะทำไม่ทัน นายก็ต้องลงมาดูแลด้วยตัวเอง...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ท่านนายกฯ ก็มีมาดูแลเองเลยบางที เพราะมันไม่ทันค่ะถ้ามีงานไหนด่วนที่แทรกเข้ามา ท่านก็จะช่วยเองเลย...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

2.1.2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีรายละเอียดต่อไปนี้

กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการสัมภาษณ์พบว่ามีการใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร กลวิธีใช้ลักษณะเนื้อหาที่กระตุ้นความสนใจ เน้นเนื้อหา นโยบายสินค้าเกษตร เนื่องจากการทำเกษตรนั้นเป็นอาชีพหลักของประชาชนในพื้นที่ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจึงได้เล็งเห็นว่ากระทบต่อประชาชนเป็นส่วนมาก ปัญหาที่แท้จริงคือราคาสินค้าเกษตรและพืชผลมีราคาต่ำ ทั้งที่ต้นทุนการผลิตสูง และเมื่อลงพื้นที่ศึกษาอย่างจริงจังพบว่า เนื่องมาจากการกำหนดราคาจากส่วนกลาง แต่จังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้นอยู่ในพื้นที่ห่างไกล ต้นทุนค่าขนส่งจึงสูงกว่า จึงทำให้มีปัญหาด้านราคาสินค้าที่ไม่สะท้อนต่อต้นทุนที่แท้จริง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจึงเลือกที่จะนำมาเป็นนโยบายที่จะแก้ไข และมีการติดตามการดำเนินงาน รวมไปถึงติดตามถึงผลตอบรับการดำเนินงานว่าเป็นเช่นไร ควรปรับปรุงอะไร และสื่อสารออกไปให้ประชาชนรับทราบในนโยบายเป็นวงกว้าง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จังหวัดเราไม่มีสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรตกลงตรงที่ว่า ขายที่ไหนราคาเท่ากัน ปลุกที่ไหนเอาไปขายราคาเท่ากันเพราะตลาดกลางคุณอยู่ที่กรุงเทพฯ คุณจะอยู่ตรงไหนก็ไม่ว่า คุณมีตลาดการแสดงว่าตรงนั้นเป็นตัวกำหนดราคา แต่คุณไม่ได้กำหนดจาก

พื้นฐานของต้นทุนจริง คุณกำหนดอาจจะส่วนหนึ่งอะต้นทุนและทุนบวกกำไรของคุณ แต่ต้นทุนความหลากหลายของต้นทุนมันแตกต่างกันใช่ไหม อย่างคนที่นี่ต้องใช้น้ำมันที่แพงกว่าคนกรุงเทพฯ คนที่นี่ต้องซื้อของที่มีมันแพงกว่าคนกรุงเทพฯ ต้นทุนเราต้องสูงกว่าอย่างเราปลูกพืชที่นี่ต้นทุนค่าปุ๋ยค่ายาเราต้องสูงกว่า แถมไม่พอเวลาเราจะส่งไปขายต้องขนส่งออกไปอีกต้นทุนเราบวก แต่ปรากฏว่าพอรราคาเราไม่สามารถกำหนดได้แล้วถ้าอย่างนั้นเนี่ยจะต้องทำยังไงให้แบบว่ากำหนดได้ มันก็ต้องมีวิธีให้ประชาชนเพื่อให้เขาขายได้ในราคาที่สูงขึ้น เราก็เอาสินค้าประชาชนไปจดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อให้ได้รับตราจากรัฐ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านจะเป็นคนที่ชอบเข้าไปสอบถามชาวบ้านเวลาลงพื้นที่ ว่ากิจกรรมโครงการที่จัดเป็นยังไงบ้าง มีอะไรที่ต้องปรับปรุง แล้วก็มีปัญหาอะไรที่เราช่วยเหลือแก้ไขได้อีกไหม แล้วก็เอามาถามเจ้าหน้าที่ว่าดำเนินการอะไรไปบ้าง ถ้ายังเป็นเรื่องใหม่ก็นำมาตั้งนโยบายในการแก้ไขปัญหา...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ตอนนี้ก็จะเน้นพวกสินค้าเกษตรที่มีปัญหา ท่านก็จะไปดูถึงปัญหาต้นตอมันเลยว่าจะช่วยแก้ยังไงได้บ้าง ...ก็ติดตามเรื่อย ๆ”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

นอกจากนี้ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดก็ยังมีการวางแผนในระยะยาวที่จะกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่ไม่สามารถทำได้ภายในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ แต่สามารถดำเนินการได้จริง ไม่เป็นการขายฝัน นั่นคือนโยบายเรื่องที่ดินทำกินของประชาชน กล่าวคือการใช้กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ให้สามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความจริงใจในการดำเนินนโยบายอย่างแท้จริง ผนวกกับกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม โดยเน้นที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิต และบริบทของประชาชนในพื้นที่ และต้องเกิดจากความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ ถึงจะดำเนินการไปอย่างลุล่วงได้ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เรามีเตรียมไว้ในแผนแล้วว่าในแผนเนี่ยเราจะทำอะไรที่ไหน ก็เอาสิ่งเหล่านั้นล่ะครึบมาประกาศเพื่อไม่ให้นโยบายมันกลายเป็นแบบขายฝันแต่มันคือสิ่งที่จับต้องได้ นั่นคือความสำคัญ ต่อมาเราก็เริ่มขยายได้มากขึ้น นโยบายในสมัยต่อมาเราก็ให้ความสำคัญใน



เรื่องที่เราารู้แล้วว่า จริง ๆ แล้วเรื่องที่ดินของประชาชนเนี่ยทั่วประเทศมีเหมือนกัน แต่ถามว่าทำไมเราไม่ประกาศสมัยแรก ประกาศไม่ได้เพราะเรายังไม่รู้เลยว่าเราจะเตรียมช่องทางทำอย่างไร...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...นายจะให้เอาแผนงานที่จะทำ พวกนโยบายต่าง ๆ มาประชาสัมพันธ์เลยว่ามีเรื่องไหนบ้าง ชาวบ้านเขาก็จะได้ทราบ แล้วก็แจ้งด้วยว่าอยู่ขั้นตอนไหน อันไหนดำเนินการแล้ว เพื่อให้ชาวบ้านเขาให้ความร่วมมือ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...เรื่องที่ดินจะเป็นปัญหาหลัก ๆ ของที่นี่เลย ประชาชนเขาให้ความสนใจมากกว่าจะช่วยให้เขาได้ ยังไงบ้าง เราก็จะต้องคอยบอกเขาว່ามันทำไปถึงไหนแล้วนะ ต้องการให้ทำอะไร...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

นโยบายที่ทำนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดก็จะเน้นที่ความทั่วถึงอย่างเป็นธรรมกับประชาชนในทุกพื้นที่ ไม่ได้เลือกนโยบายที่เป็นประโยชน์กับคนบางกลุ่มเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ที่ให้ความสำคัญ และสนใจในความต้องการของทุกคนทุกกลุ่มอย่างแท้จริง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...จะพยายามทำให้ได้ในทุกพื้นที่ ๆ เราดูแลอยู่ แต่ถ้ามันไม่ได้เราก็ต้องมีวิธีบอกที่จะแสดงให้เห็นว่าทำไมบางที่ได้แล้วเขาไม่ได้ ปีหน้าเขาก็จะได้นะ...ต้องให้มันเท่า ๆ กัน”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ท่านนายกฯ จะเน้นนโยบายที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในพื้นที่แบบทั่วถึงค่ะ ในพื้นที่เราก็จะมีปัญหาว่าเป็นจังหวัดเล็ก การเดินทางลำบาก ขนส่งไกล ต้นทุนทุกอย่างก็จะค่อนข้างสูงค่ะ ท่านก็จะเน้นให้เป็นนโยบายที่ได้ประโยชน์กับทุกคน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...ตอนตัดสินใจ นายก็จะเน้นให้เป็นนโยบายที่ได้ประโยชน์กับทุกคน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการใช้กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย มีสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงการวางแผนเป็นขั้นเป็นตอนไว้ก่อน จะมีการคิดวิเคราะห์ล่วงหน้าถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ไม่ได้ดำเนินนโยบายโดยไม่ได้ทำการศึกษาข้อมูลก่อน และที่สำคัญคือต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และเครือข่ายทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ในการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากปัจจัยข้อจำกัดของจังหวัดเอง ที่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณเนื่องจากเป็นจังหวัดขนาดเล็ก ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราต้องลงพื้นที่คุยกับเขา คุยกับผู้นำ เพื่อที่จะต้องหาทางไปทำระบบควบคุมตั้งแต่ตรวจแปลงว่าคุณปลูกพื้นที่เท่าไร มีใครไปตรวจ มีรูปถ่ายชัดเจน พื้นที่ที่คุณปลูกเท่าไร ปลูกเมื่อวันที่เท่าไร มีการตรวจสอบวันไหนได้ผลผลิตเป็นจำนวนเท่าไร แล้วคนซื้อสามารถตรวจสอบได้ตั้งแต่ต้นแบบนี้เลย รวมถึงว่าต้องตรวจให้ได้ว่าของที่เรามีแล้วผลิตได้ 1,000 กิโล ขายไปเมื่อวันที่เท่านี้กี่กิโล เหลือกี่กิโลกรัม ถ้าเราทำตรงนี้ให้กับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเขาเชื่อมั่นในสินค้าของคุณว่าถูกควบคุมตั้งแต่เรื่องสารพิษ ตั้งแต่ปริมาณและชัดเจนว่าปลูกอยู่ที่ไหน ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อเป็นเรื่องที่สำคัญคุณก็จะสามารถเรียกราคาได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ที่นี่จะทำอะไรต้องวางแผนก่อนคะ นโยบายที่จะมาดำเนินการก็ต้องมีแผนไว้ล่วงหน้า อย่างที่แจ้งไปเลยคะเนื่องจากเป็นจังหวัดเล็ก อย่างนโยบายการจัดงานกีฬาของทางอบจ. เพื่อกระชับความสัมพันธ์ ทางนายกฯเองก็จะพยายามคัดเลือกกีฬาที่เล่นได้ทุกคน หากมีการขอเพิ่มชนิดกีฬาก็ต้องมีการมาคุยกันว่าทำไม เพราะอะไร เนื่องจากมันจะต้องมีการใช้งบประมาณเพิ่มเติม แล้วก็จะเน้นว่ามันทั่วถึงทุกคนใหม่ก็ต้องมีการคุยกันคะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...กว่าจะออกมาเป็นแต่ละนโยบายต้องศึกษาค่อนข้างเยอะ เพราะถ้าดำเนินการไม่ได้จริงก็จะไม่ดี วางแผนเยอะ ต้องใช้เวลา ต้องใช้ความร่วมมือหลายหน่วย...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

จากการสัมภาษณ์พบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีการใช้กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ด้วยการประชาสัมพันธ์องค์กรเน้นสื่อออนไลน์ ให้เห็นถึงการดำเนินนโยบาย

การท่องเที่ยวที่เน้นในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนอย่างแท้จริง ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก เพื่อสร้างความน่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราก็จะจัดงานแล้วให้คนมาขายของแต่ละจัดงานในรูปลักษณะเหมือนโฆษณาเป็นการท่องเที่ยวได้ด้วย คนมาแสดงต้องได้ตั้งค่างั้นจะแสดงเพื่ออะไร การอนุรักษ์ต้องได้มาซึ่งตั้งค่าง การทำอะไรก็ต้องมีเรื่องเงิน แต่เราไม่ได้เห็นเงินเป็นใหญ่ นะ ไม่ได้สอนให้ทุกคนเห็นแก่เงินนะใช้ไหม แต่ไม่ได้เงินมันจะอยู่ได้อย่างไร แต่ถ้าเกิดต้องได้เงินมาอย่างเงี้ยมันก็มีพลัง ก็เอาไอ้สิ่งเหล่านี้มาผสมทำเรื่องท่องเที่ยวด้วยทำเรื่องอนุรักษ์ด้วยทำเรื่องสินค้าให้เขาขายให้ได้ แค่นี้เขาก็จะมีความรู้สึกว่อ้อนี่เราเข้าไปมีบทบาทในการหาเงินซึ่งเราไม่สามารถจะช่วยคนหาเงินได้ทั้งหมดแต่อย่างน้อยนั่นคือบทบาทที่เราได้ทำไป คือทำให้เขารู้ว่าเราทำอะไร ในเพจผมด้วยเช่นกันมันก็จะบอกไปแต่เรื่องพวกนี้ ไม่งั้นเขาก็ยังไม่อยากเข้ามาในเพจเรา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...จะมีงานที่อบจ.จัดให้มีการแสดงสินค้า ให้ชาวบ้านนำของมาขายกันจากนโยบายในการช่วยชาวบ้านหาเงิน งานนี้ก็จะมีโปรโมทเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาร่วมงานผ่านทางเพจของท่านนายกฯเองและของอบจ. ให้มาจับจ่ายใช้สอยในจังหวัด ก็มีการตอบรับที่ดีค่ะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...อย่างล่าสุดก็มีการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าที่ชาวบ้านนำของมาขายได้ เราก็ช่วยหาคนมาเที่ยว จัดประชาสัมพันธ์งานไป...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

2.1.3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน เป็นการสื่อสารผลงานที่เคยทำให้เห็นเป็นประจักษ์แก่ประชาชนของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระกับกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร กล่าวคือ กลยุทธ์เนื้อหาสาระใช้เนื้อหาที่เน้นการสื่อสารงาน และภารกิจที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นหลัก และเลือกเรื่องที่อยู่ในความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสื่อสารให้ทันเวลาไม่ทิ้งประเด็นไว้นานจนเกินไป เพราะจะทำให้เนื้อหาไม่น่าสนใจ โดยจะมีการติดตามอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความทันสมัยต่อเหตุการณ์ และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร จะเลือกใช้ในส่วนของสื่อสาธารณะเป็นหลัก ผ่านช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ ช่องทางโซเชียลมีเดียของเฟซบุ๊ก ทั้ง เฟซบุ๊ก และเพจแฟนเพจ ในส่วนของตัวนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเองและองค์กร และนายกองค์การบริหาร

ส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการสื่อสารเวลาที่ไปออกงานต่าง ๆ โดยจะสื่อสารผนวกไปกับงานให้มีความกลมกลืนไป เป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...พอในภาคประชาชนเนี่ยผมก็จะให้ความสำคัญกับเพจในการสื่อสารนะครับ แต่ว่าก็จะพยายามไม่ได้ทำโดยมานั่งเผยแพร่ไปงานวัด งานแต่ง งานโรงเรียน ก็มีคนคิดว่าเพจนักการเมืองถ้ามันมีแต่อย่างนั้น คนก็ไม่อยากดูแล้ว ไม่ได้ลงถึ บางทีก็จำเป็นก็ลงที่มันสำคัญเกี่ยวข้องกับเขา ถ้าไม่เกี่ยวข้องเขาจะพยายามไม่ลง ในการสื่อสารนะครับก็เลยใช้ไอ้เรื่องทางเพจ เฟซบุ๊ก เนี่ยให้เป็นประโยชน์ในแง่ของการที่จะถ่ายทอดออกไปให้เขามีความรู้สักว่าเราได้ทำงานอะไรมัน อย่างล่าสุดก็ประชุมในเรื่องของต้องช่วยประชาชนหาเงินเพราะฉะนั้นในเรื่องที่เราลงในเพจมันก็ต้องเป็นเรื่องอะไรที่เกี่ยวกับตอบโจทย์ในเรื่องว่า เอออันนี้เราทำแล้วเราไปหาทางสร้างเงินในกระเป๋าคน แน่นอนเราไม่สามารถสร้างให้คนได้ทุกคนมันเหมือนรัฐบาลทำอะไรไม่สามารถสร้างให้ได้หมดหรอก แต่คุณไม่ซีไปให้ชัดเจน เพราะความเชื่อมั่นคุณมันไม่มี เออเราสร้างเงินในกระเป๋าประชาชนใจจริง ๆ ก็เป็นกิจกรรมซึ่งเราทำอยู่แล้วแหละแต่เพียงแต่เอาให้มันชัดเจนขึ้นว่าทำตรงนั้นมันได้ประโยชน์เงินมากขึ้น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...มีเฟซบุ๊กที่นายดูในส่วนของตัวเอง นอกนั้นเป็นขององค์กรที่ลงว่ามีภารกิจหรืองานอะไร ก็จะเป็นช่องยูทูป เฟซบุ๊ก แล้วก็ เว็บไซต์ ...ตัวท่านนายกไม่ได้เป็นคนที่ลงข้อมูลเองแต่จะเป็นคนติดตามดูว่ามีข้อมูลอะไรที่ลงไปบ้าง ถ้าไม่ชัดเจนก็จะมีคอมเมนต์ให้ช่วยปรับแก้ และดูว่างานไหนลงข้อมูลซ้ำเกินไปหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่นงานที่เกี่ยวกับเครื่องจักร ถ้าภาพสื่อสารออกมาไม่ชัดเจนว่าทำที่ไหน เมื่อไหร่ ก็จะทำให้มีการปรับแก้ภาพหรือเพิ่มเติมให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น... เวลาแกไปพูดกล่าวเปิดงาน เช่นงานกีฬา เราก็จะมีส่วนของคำกล่าวเปิดงานแล้วท่านนายกๆเองก็จะมีพูดในส่วนที่ทางเตรียมไปพวกผลงานด้วย ผนวกกันไป”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...นายก็จะใช้วิธีเวลาไปงานก็จะพูดถึงเรื่องงานในภาพรวมก่อน พูดประเด็นเกี่ยวกับงานนั้น แล้วก็สอดแทรกงานที่ทำสำเร็จไปแล้ว หรืองานที่กำลังดำเนินการให้ชาวบ้านได้รับรู้...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า

1. กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ใช้ลักษณะของผู้ส่งสาร เนื่องจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานทางด้านการเมืองมาอย่างยาวนาน และมีความต่อเนื่องในการดำรงตำแหน่ง จึงทำให้งานและโครงการมีความต่อเนื่อง และประสบผลสำเร็จสามารถนำผลงานของตนเองมาใช้ในการสื่อสารทางการเมืองได้ เช่น เรื่องการแก้ปัญหาที่ดินทำกิน โดยการใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสารน่าสนใจและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ เนื้อหาสารจดจำได้ง่าย กระชับได้ใจความ

ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ยังพบว่าวิสัยทัศน์การบริหารงานเน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ โดยพยายามให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนมีความเข้าใจในการทำงานว่าทำเพื่อตัวองค์กร ไม่ได้ให้ทำเพื่อตัวของผู้บริหาร เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น และสนับสนุนให้ผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคน ตลอดจนพนักงานใหม่ สามารถคิดและนำเสนอโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาท้องถิ่น และดำเนินการได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นกลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม กล่าวคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนใช้รูปแบบการดำเนินงานให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการเสนอโครงการให้กับผู้บังคับบัญชา และใช้ระบบพี่เลี้ยงในการสื่อสารในการทำงาน

ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ใช้กับผู้ใต้บังคับบัญชา แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

- การสื่อสารแบบเผชิญหน้าผ่านการประชุมประจำไตรมาส โดยส่งจดหมายเชิญล่วงหน้า
- การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ โลกออนไลน์ แบ่งไปตามกลุ่มย่อย ๆ ของแต่ละงาน และมีไลน์ของกลุ่มผู้บริหาร

ส่วนช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ใช้กับประชาชน คือสื่อใหม่ ใช้โซเชียลมีเดีย โดยผ่านเฟซบุ๊กขององค์การบริหารส่วนจังหวัด และเฟซบุ๊กแฟนเพจของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

2. กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ลักษณะเนื้อหาที่กระตุ้นความสนใจ เน้นเนื้อหา นโยบายสินค้าเกษตร เนื่องจากการทำเกษตรนั้นเป็นอาชีพหลักของประชาชนในพื้นที่กระทบต่อประชาชนเป็นส่วนมาก นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจึงเลือกที่จะนำมาเป็นนโยบายที่จะแก้ไข และมีการติดตามการดำเนินงาน รวมไปถึงติดตามถึงผลตอบรับการดำเนินงาน และสื่อสารออกไปให้ประชาชนรับทราบ



นอกจากนี้ก็ยังเน้นนโยบายที่ดำเนินการแก้ปัญหาอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ไม่ได้เลือกนโยบายที่เป็นประโยชน์กับคนบางกลุ่มเพียงอย่างเดียว มีการวางแผนในระยะยาวที่จะกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่ไม่สามารถทำได้ภายในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ อย่างเรื่องที่ดินทำกินของประชาชน สื่อสารออกมาให้ประชาชนได้เห็นถึงความจริงใจในการดำเนินนโยบาย ใช้กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ให้สามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความจริงใจในการดำเนินนโยบายอย่างแท้จริง ผนวกกับกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม โดยเน้นที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตและบริบทของประชาชนในพื้นที่ รวมไปถึงกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และเครือข่ายทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ในการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน เป็นการสื่อสารผลงานที่เคยทำให้เห็นเป็นประจักษ์แก่ประชาชนของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระกับกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร กล่าวคือ กลยุทธ์เนื้อหาสาระใช้เนื้อหาที่เน้นการสื่อสารงาน และภารกิจที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นหลัก และเลือกเรื่องที่อยู่ในความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสื่อสารให้ทันเวลา ไม่ทิ้งประเด็นไว้นานจนเกินไป เพราะจะทำให้เนื้อหาไม่น่าสนใจ โดยจะมีการติดตามอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความทันสมัยต่อเหตุการณ์ และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร จะเลือกใช้ในส่วนของการสื่อสารเฉพาะเป็นหลัก ผ่านช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ ช่องทางโซเชียลมีเดียของเฟซบุ๊ก ทั้ง เฟซบุ๊ก และเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในส่วนของตัวนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเองและองค์กร และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการสื่อสารเวลาที่ไปออกงานต่าง ๆ โดยจะสื่อสารผนวกไปกับงานให้มีความกลมกลืนไป เป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า

## 2.2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

### พิษณุโลก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก ใช้กลยุทธ์ที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกใช้ในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และกลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ดังนี้

2.1.1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก ใช้กลวิธี กล่าวคือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร และช่องทางในการเผยแพร่เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ ดังนี้

1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร โดยลักษณะของผู้ส่งสาร กล่าวคือ เน้นการต่อยอดจากการดำเนินงานเดิมที่ดีแล้ว ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เนื่องจากมีความ

ต่อเนื่องในการดำเนินงาน ประชาชนให้ความเชื่อใจกับวิสัยทัศน์และการดำเนินงานของผู้อำนวยการองค์การบริหารส่วนจังหวัด เนื่องจากเป็นผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถ และมีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่มาอย่างยาวนาน อีกทั้งวิสัยทัศน์ทางการเมืองได้ถูกแปลงไว้อย่างครอบคลุมทุกด้านที่เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน การจะนำมาต่อยอดเพื่อดำเนินการจึงสามารถเห็นภาพได้ง่ายและมีความเชื่อมโยง กล่าวคือเนื้อหาได้สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ที่จะดำเนินการได้อย่างครบถ้วนแก่ประชาชนแล้ว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

“...เราก็ไม่ได้เพิ่มเติมอะไรขึ้นมามาจากสมัยเดิม นโยบายเราคือทำให้สังคมดี เศรษฐกิจดี และคุณภาพชีวิตดีเท่านั้นเอง เหมือนเดิม เราขอให้คนคิดดีทำดี บ้านเมืองเราก็จะดีเอง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ตอนเข้ามาท่านก็แถลงนโยบาย จะบอกว่าที่โดดเด่นที่สุดน่าจะเป็น คือจริง ๆ มันก็มี 8 ด้านที่ครอบคลุมทั้งหมดนะ แต่ที่อบจ.พิษณุโลกนี่ก็น่าจะเป็นเรื่องโครงสร้างพื้นฐานที่พีดูนะ ถนนหนทาง น้ำ การเกษตร คือมันก็เชื่อมโยงคือ การขนส่งพืชผลทางการเกษตร การเดินทางไปมาก็สะดวกแล้วก็ความปลอดภัยด้วย มันก็จะโยงไปคุณภาพชีวิต แล้วก็โครงสร้างพื้นฐานมันก็มีอีกแบบหนึ่งคือน้ำการเกษตร คือมันก็เป็นเรื่องของอาชีพอีกที มันก็จะเชื่อมโยงไปคุณภาพชีวิตเหมือนกัน แล้วก็จะมีผู้สูงอายุ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านนายกก็จะเน้นเรื่องของคุณภาพชีวิต การเกษตร น้ำ ไฟฟ้า ถนน คือครบทุกด้าน เน้นว่าต่อยอดจากของเดิมที่มีให้มันดียิ่งขึ้น...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีวิสัยทัศน์ในการบริหารและบูรณาการงานร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในทุกระดับ โดยผู้ร่วมงานและผู้ได้บังคับบัญชาต้องสามารถเข้าใจในการดำเนินงานในภาพรวมขององค์การบริหารส่วนจังหวัด และคิดต่อยอดในการดำเนินการแบบบูรณาการสู่ภาพรวมได้ เป็นกลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม และต้องดูแลประชาชนอย่างทั่วถึงในทุกเรื่อง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...มันมีนโยบายที่แถลงต่อสภาในทุก ๆ ด้าน 8 ด้าน เราก็มี่เรื่องที่ต้องดำเนินการ เช่น เรื่องคุณภาพชีวิต เราจะทำยังไงให้ประชาชนทุกเพศทุกวัยเข้ามามีส่วนร่วมในการตอบสนองความต้องการของเขา แล้วก็มีการทำประชามติต่าง ๆ การทำแผนในทุก ระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องทำแผนเชื่อมโยงกับ อปท. ซึ่ง อปท. มันก็จะมีอยู่ 3 ระดับ คือเทศบาล อบต. อบจ. เขาก็จะมีแผนของเขา แต่ทำอย่างไรให้ในภาพรวมเนี่ยมันสอดคล้องกับเขาได้... หน้าที่ของท้องถิ่นต้องดูแลประชาชนทุกมิติ ดูแลในทุก ๆ เรื่อง เราต้องส่งเสริมและดูแลทั้งผู้สูงอายุ เด็กและเยาวชนที่สำคัญ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ก็จะเน้นการทำงานประสานกับหน่วยงานอื่น ๆ ตามบทบาทหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์ที่สุด...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านนายกจะไม่ต้องบอกในทุกขั้นตอนว่าให้ทำอะไร แต่ต้องรู้เองว่าเราต้องทำงานตามนโยบายที่แถลงไว้นะ...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

จากการสัมภาษณ์พบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีใจเปิดกว้าง เปิดรับและสนับสนุนเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น และสนับสนุนให้ใช้ภายในองค์กร และกำหนดเป็น วิสัยทัศน์ในการบริหารงาน เพื่อการทำงานที่รวดเร็ว และประชาชนยังเข้าถึงได้ง่ายสะดวกมากยิ่งขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ผมชอบนะอะไรที่มันเป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ ถ้าเราเอามาใช้งานแล้วมันช่วยได้ ก็จะทำให้เขาเอามาใช้กัน มันจะทำให้งานที่ทำอยู่เร็วขึ้น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ในหน้าเพจมีนะคะสไลด์แกนองค์กรอัจฉริยะ คือเมื่อก่อนเป็นมันไทยแลนด์4.0 แต่มันจะเปลี่ยนทุก 2 ปี แต่ท่านนายกจะชอบเน้นพวกเทคโนโลยี ระบบอะไรต่างๆเนี่ยะ คือพยายามปลูกฝังให้ทุกส่วนนำพวกนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ คือหนึ่งการเชื่อมต่อกัน รวดเร็วเนอะการสั่งงานอะไรต่าง ๆ แพลตฟอร์มอะไรอย่างเนี่ยะก็พยายามมาดึงมาใช้ให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย เป็นคนทันสมัยชอบเทคโนโลยีอะไรแบบนี้...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...อย่างตอนนี้พวกไทยแลนด์ 4.0 องค์กรอัจฉริยะ ท่านนายฯเองก็ให้ความสำคัญที่จะนำมาพัฒนา...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

3) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีช่องทางของการสื่อสารไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาการแบบการสื่อสารแบบซึ่งหน้า เปิดโอกาสให้เข้ามาพบและพูดคุยถึงงาน หรือประเด็นปัญหา โดยให้ความเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชา และการสื่อสารภายในองค์กรในภาพรวมจะมีการจัดประชุมภายในที่เรียกว่า สภากาแฟ เพื่อพูดคุยกับทุกหน่วยงานในองค์กร และจะมีเพิ่มเติมการประชุมย่อยไปตามกลุ่มงานต่าง ๆ บางครั้งก็จะมีการทำหนังสือราชการบ้างเป็นกรณีไป ส่วนช่องทางการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีใหม่จะใช้ไลน์ โดยแบ่งกลุ่มไปตามกลุ่มย่อย ๆ ของแต่ละงาน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สำหรับผู้ใต้บังคับบัญชาเราก็ให้ความเป็นกันเอง ก็เหมือนเพื่อนร่วมงาน การทำตัวให้เหมือนเพื่อนร่วมงานเนี่ยอย่างผมจะให้นโยบายบอกว่า ถ้ามีปัญหาอะไรหรือมีนโยบายอะไรที่คิดได้ก็ขอให้บอกกันมาเราจะได้ช่วยกันแก้เพื่อให้องค์กรมันเดินไปได้... ประชุมก็มี ประชุมก็มี อยู่บ่อยแต่ว่าบางครั้งก็เอ่อ พูดตรง ๆ ราชการนะ ไม่พูด เพราะอะไร เพราะพูดแล้วเป็นงาน เป็นภาระนะ ถ้าพูดแล้วมันเหมือนกับการสร้างภาระ สร้างงานให้เขา แต่มันก็ถามว่ามันเกิดงาน ก่อเกิดนโยบายที่ดี หรือว่าก่อให้เกิดผลงานที่ดีนะ ไลน์ก็มีบ้าง นิดหน่อย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...ถ้าเป็นหน่วยงานเอง ก็สามารถมาพบได้ แต่ส่วนใหญ่เด็กๆก็จะไม่ค่อยกล้า ก็จะผ่านผู้บังคับบัญชาในแต่ละชั้น ก็จะเป็นแนวนั้น ไลน์กลุ่มก็จะเป็นไลน์กลุ่มย่อย ๆ ตามกองงาน...ในภาพรวม ก็จะเป็นการประชุม ใช้การพูดคุย รับฟัง เขาเรียกว่าข้อมูลการดำเนินงานที่แท้จริง เขาจะมีการประชุมหลักๆเลย ของทีมงานทำงาน ก็จะเป็นเขาเรียกประชุมสภากาแฟ คณะหัวหน้าผู้บริหาร ส่วนราชการ ทุกส่วน ทั้งองค์กรเลย ก็ตั้งแต่ ปลัด รองปลัด หัวหน้าลงมา แล้วของพีก็เป็นฝ่าย ก็คือหัวหน้าเริ่มต้นนอกเหนือจากพนักงาน ก็มีการประชุมหรือว่าบางเรื่องก็เป็นตามระเบียบราชการอย่างการทำหนังสืออย่างนี้ค่ะ แต่ส่วนใหญ่ท่านนายฯก็ชอบที่จะพูดคุย รับฟังปัญหา ว่าให้มาเล่า

รายงานว่าไปทำอะไรมาเจอปัญหาอะไร แล้วท่านก็จะให้แนวคิดว่าจะไปต่อยอดยังไงแบบ  
นี้ค่ะ แต่ถ้าบางเคสก็ให้หนังสือสั่งการหรือเรียกมาคุยเป็นเรื่องๆไปอย่างนี้ค่ะ”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...จริง ๆ แล้วก็ถ้ามีปัญหาอะไรก็สามารถเข้าไปพบได้เลย แต่ส่วนมากก็จะให้ผ่าน  
ผู้บังคับบัญชาไปตามลำดับชั้นดีกว่า มีไลน์กลุ่มด้วย ...ก็จะมีการประชุมรวมทั้งหมด  
สามารถแสดงความเห็นหรือซักถามในตอนประชุมก็ได้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

จากการสัมภาษณ์ พบว่าช่องทางการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชนนั้นใช้การ  
สื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมแทบจะทั้งหมดนั่นคือ การลงพื้นที่พบปะประชาชน การใช้รถแห่ และใช้ป้าย  
หาเสียง ซึ่งเป็นช่องทางของสื่อที่ประชาชนมีความคุ้นเคย และมีช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย คือ  
เฟซบุ๊ก ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...โบราณมากเลย โบราณมาก เป็นคนที่ไม่ค่อย ยังไงอะ ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการ  
สื่อสารได้ไม่ค่อยคล่องแคล่ว แต่ก็ต้องอาศัย อาศัยผู้รู้บ้าง คนที่เขารู้เขาก็บอกเราทำ  
แบบนี้ทำแบบนี้ เราทำไม่เป็น เราก็ให้คนที่ทำเป็นทำให้เรา ก็มีทีมงานแต่ว่าทำได้หรือ  
ไม่ได้เราก็เช็คไม่เป็นอีกนะ ...ช่องทางก็ใช้การสื่อสารแบบดั้งเดิมเลย เพราะแบบใหม่เราไม่  
ถนัด ทำไม่เป็น ใช้การเดินพบปะเลย มีรถแห่ มีป้ายหาเสียง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...เดี๋ยวนี้คนก็เล่นเฟซบุ๊กก็จะมี ประมาณนั้น แต่เว็บไซต์เนี่ยก็คือมีแสดนบายไว้อยู่แล้ว  
ข้อมูลก็มีการอัปเดตปรับปรุงอยู่ตลอดแล้วก็ทางสิ่งพิมพ์ก็ยังไม่ทิ้ง แล้วก็ลงไปถึงที่บอก  
คือลงพื้นที่กิจกรรม จะมีการพูดคุยว่าเรามีงานอะไร สมมติวันนี้มีเรื่องอบรมคุณภาพ  
ชีวิต ท่านก็จะพยายามบอกประชาชนว่าท่านทำอะไรยังไงด้านอื่น ประชาชนควรจะรู้  
เล็ก ๆ น้อย ๆ เรื่องไหนบ้างท่านก็จะพูดคุย...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“..เน้นการลงพื้นที่ไปพบปะชาวบ้าน พบปะพวกผู้นำชุมชนอะไรแบบนี้ ...ตอนนั้นป้าย  
หาเสียงก็ยังใช้อยู่ กับพวกรถแห่ แล้วก็มีเฟซบุ๊ก”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)



2.1.2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีรายละเอียดต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกพบว่าจังหวัดพิษณุโลกมีการดำเนินการเรื่องของนโยบายการส่งเสริมคุณภาพชีวิต เพื่อให้คุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้น โดยที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเลือกใช้กลยุทธ์เนื้อหาสารในการสื่อสารนโยบายแบบภาพรวม ไม่ระบุหัวข้อแบบเฉพาะเจาะจง แต่จะให้ข้อมูลในภาพรวม ซึ่งจะสามารถนำมาปรับเข้ากับการดำเนินงานแผนย่อยได้ทั้งหมด และเมื่อดำเนินการเสร็จแล้วจึงนำมาเชื่อมโยงกับนโยบายหลัก จากนั้นจึงทำการประชาสัมพันธ์ออกไป ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราให้นโยบายแบบภาพกว้างมากกว่า ไม่ได้เจาะลึก สังคมดี เศรษฐกิจดี เอ่อแล้วคุณภาพชีวิตดี มันหลากหลาย มันมองได้ทุกอย่างของสังคมแหละ เราไม่ได้เจาะว่าจะแจกเงินอย่างนั้นอย่างนี้ มันแจกไม่ได้อยู่ละ ระเบียบมันไม่ให้เราแจก แต่ถามว่ามีไหม เรามีนะให้เงินตามอำนาจหน้าที่มี... แต่ถามว่าเราเขียนลงไปเป็นนโยบายใหม่เราไม่ได้เขียนเรามองว่าเรื่องคุณภาพชีวิตดี พอเราทำเราถึงมาโปรโมท มาบอกแล้วว่าเราทำอะไร ค่อยไปบอกเขา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...นโยบายก็จะแบบที่บอกไปว่าเราใช้ภาพรวมที่มันครอบคลุมในทุกด้าน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านนายกก็จะใช้การสื่อออกไปแบบกว้าง ๆ ก่อน เพราะมันนำมาปรับให้เข้ากับกิจกรรมที่เราทำได้มาก ...เน้นคุณภาพชีวิตประชาชน”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก มีการใช้เครือข่ายและผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการโครงการต่าง ๆ ผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินนโยบาย และมีทีมงานการสื่อสารในการช่วยสื่อสาร ให้คำปรึกษา และประชาสัมพันธ์นโยบายออกไปในภาพกว้างให้ประชาชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... แล้วก็ส่วนหนึ่งเนี่ยการประชาสัมพันธ์เนี่ยก็เป็นสิ่งสำคัญ ที่ผ่านมามาเราไม่ได้มีโอกาสทำตรงนี้นะ ส่วนหนึ่งก็มีจากทีมงานให้ช่วยไปบอกโครงการดี ๆ แบบนี้แล้วก็...”

ประโยชน์กับประชาชน เพราะว่าลำพังคนเดียวผมคิดไม่ออกหรอก บางครั้งทำมันไม่ได้ มีความรอบรู้ในทุก ๆ เรื่อง มันต้องอาศัยคนที่มีความรู้ได้มาแล้วผู้รู้แล้วมา ดำเนินการตามให้มันเป็นไปตามระเบียบ มันจะเหมือนคล้าย ๆ กับส่วนภูมิภาคเข้ามา ทำนั่นแหละ เพียงแต่ว่าในระบบนี้เป็นการกระจายอำนาจ ท้องถิ่นก็คือการกระจาย อำนาจแต่กระจายยังไม่หมดเพราะว่าส่วนหนึ่งส่วนภูมิภาคเขาก็ทำ ทำเหมือน ๆ กัน แต่ ว่าเราเป็นส่วนเสริมให้มันมากขึ้น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...นโยบายที่ดำเนินการต้องมีการประชาสัมพันธ์ออกไป ไม่งั้นชาวบ้านก็จะไม่รู้ว่ามี อะไรแบบนี้อยู่ด้วย... ก็จะมี ผู้นำชุมชนอะไรแบบนี้ ช่วยกันบอกต่อ...”

(ทิวภาพแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...บางเรื่องก็ใช้การศึกษาจากหน่วยงานอื่นที่เขาเคยทำมา ไม่ก็ถามผู้รู้จะได้ไม่เกิดความ ผิดพลาด โดยเฉพาะพวกระเบียบ...”

(ทิวภาพแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารนโยบายยังใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบสร้างความ เชื่อมั่น หากเรื่องใดดำเนินการไม่ได้หรือพิจารณาแล้วว่าไม่มีโอกาสที่จะไม่สามารถดำเนินการได้ ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์ออกไปก่อน เพราะหากรับปากไปแล้วทำไม่ได้ ก็จะขาดความน่าเชื่อถือ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เงินของผู้ป่วยที่ต้องเดินทางไปรักษาตัว เราก็แจกอยู่ แต่ว่าเราคงไปพูดไม่ได้มัน เหมือนไปโกหกเขาอะ มันพูดง่าย ๆ คือมันไม่ได้ทุกคนนี่ มันได้เฉพาะบางราย แล้วแต่ ละครรายได้ไม่เท่ากันอีก นี่คือระเบียบไง เขาไปโฆษณาอย่างนั้น โอ้ ใครก็อยากได้ ได้ตั้ง แต่ว่าผมมองว่ามันไม่ใช่ เราขอทำในสิ่งที่ใช่ เป็นจริง เป็น fact แล้วอีกอย่างหนึ่งคือเราให้ เท่าที่จำเป็นให้ ไม่ใช่ให้ไปเรื่อยเปื่อย บางคนไม่ต้องการ บางทีก็ให้ก็มี ในปัจจุบันนะ แต่ของเราไม่ใช่ เราต้องไปตรวจสอบ ซ้อมบ้านผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียง ผู้พิการอย่าง ง่ายๆ เราก็ทำนะ เหมือนกับกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เราก็ทำ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก)

“...จะมาจากความต้องการของประชาชน ถ้าดูเพิ่มเติมจะมีค่าแถลงนโยบายของท่านในเว็บไซต์ นโยบายตั้งแต่ในสมัยที่หนึ่งของท่านก็ยังคงนำมาขับเคลื่อน แต่ว่าแต่ละปีก็จะแตกกิจกรรมออกไป ในแต่ละส่วนเขาก็จะมีทำแผนดำเนินงานก็แต่ละปีใช้ใหม่คะ ส่วนแผนพัฒนาองค์กรก็จะมี 5 ปี ก็จะล๊อกลงมาว่าปีนี้ทำอะไร ปีหน้าทำอะไร แล้วปี 67 จะทำอะไร จะเกี่ยวเนื่องกันใหม่ ก็จะมีติดตาม มีแผนมาก่อนทั้งหมดในการทำงาน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx1)

“...มันก็ต้องดูด้วยว่าอะไรที่ทำได้ทำไม่ได้ ต้องวางแผนก่อนทั้งหมด แต่ไม่ได้หมายความว่าอะไรที่นั้นๆ ก็พยายามทำแต่แค่อาจจะยังไม่ประชาสัมพันธ์ออกไปมาก...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนx2)

2.1.3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน จากการสัมภาษณ์พบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร จากตัวตนของผู้ส่งสารเอง นั่นคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ที่มีความน่าเชื่อถือ มีความคุ้นเคย และคล่องแคล่ว และส่วนของช่องทางการสื่อสารรูปแบบการนำเสนอจะสื่อสารผ่านวิธีดั้งเดิม เป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า เน้นการลงพื้นที่เพื่อพูดคุย เนื่องจากประชาชนในพื้นที่มีความคุ้นเคยช่องทางการสื่อสารนี้ และง่ายต่อการเข้าใจ นอกจากนี้จะมีเพิ่มเติมในส่วนของสื่อโซเชียล ช่องทางเพจของ เฟซบุ๊ก ทั้ง เฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเองและในส่วนขององค์กร แล้วก็มีเข้าร่วมงานกิจกรรมต่าง ๆ จะพูดคุยสื่อสารตอนที่ไปและเมื่อมีโอกาสก็จะพูดผนวก ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ความเป็นตัวตนของผมมัน ผลงานนี้ผมทำอยู่แล้ว มันชัดอยู่แล้ว คืออย่างที่บอกความเป็นตัวตนของเราสำคัญ เพราะว่ามืออะไรนี้ เขาปรึกษาหารือเราได้โดยตรง เราไม่ปิดกั้นตัวเอง และให้โอกาสชาวบ้าน ประชาชน ให้ประชาชนมาเข้าหาเรา แม้อาจารย์ใส่เสื้อเอี๊ยมมาหาเรา เราก็คุยถามได้ว่ามีอะไรหรือ มีความเดือดร้อนอะไร บางทีเราช่วยเหลือส่วนตัว เราอย่าไปปิดกั้น เรามาอาศัยรับใช้เขาเนอะ แล้วก็เป็นการสื่อสารแบบยังงั้นนะ แบบแมนวลอะ แบบดั้งเดิมอย่างนั้นแหละ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

“...ช่องทางก็จะเหมือนการสื่อสารวิสัยทัศน์เลย และทางนายกมีเพจบุ๊กแฟนเพจเวลาโพสต์ก็จะมีทีมงานโพสต์แต่ท่านก็จะรู้ว่าข้อมูลอะไรยังไง คอมเมนต์จะตอบอะไรยังไง เหมือนเป็นคนจัดการดูแลเองอยู่หลายๆ และก็มีแฟนเพจของอบจ.พิษณุโลก

ซึ่งจะให้อิสระอย่างเรารู้อยู่แล้วว่าลัปดาห์นี้มีอะไรบ้าง ประชาชนควรรู้อะไร หรือถ้ามันขาดไปในแนวของผู้บริหารว่าขาดไป ควรเพิ่มเติม ท่านก็ดูอยู่ตลอด ไม่เคยขาด ... ก็ผ่านสื่อที่เราทำในเพจของอบจ. แล้วก็เพจส่วนตัวของตัวเอง เพจแฟนคลับอะนะคะ แล้วก็เวลาไปกิจกรรมไปงานอะไรแบบนี้แกก็จะสื่อสารตอนไปพบปะพูดคุยอะไรแบบนี้ค่ะ..”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx1)

“...ท่านนายกเองจะเน้นในการไปพูดคุยกับชาวบ้านด้วยตนเองเป็นส่วนมาก ถ้าเป็นไปได้หรือมีเวลาก็จะลงพื้นที่เสมอ ๆ ...ในส่วนของช่องทางออนไลน์ก็มีแต่จะไม่ได้โพสต์เอง ก็มีทีมงานช่วย แล้วทางนายกาก็ให้คำปรึกษาว่าจะลงงานไหน ผลงานอะไรบ้างที่น่าสนใจอะไรประมาณนั้น...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกx2)

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวยุโรปประกอบธุรกิจ จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกพบว่า

1. กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร โดยลักษณะของผู้ส่งสาร กล่าวคือ เน้นการต่อยอดจากการดำเนินงานเดิมที่ดีของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เนื่องจากมีความต่อเนื่องในการดำเนินงาน มีประสบการณ์ ประชาชนเชื่อใจในวิสัยทัศน์และการดำเนินงานของตัวนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีความน่าเชื่อถือ และคุ้นเคยกับประชาชนมาอย่างยาวนาน อีกทั้งวิสัยทัศน์ทางการเมืองได้ถูกแถลงไว้อย่างครอบคลุมทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน สามารถต่อยอดโครงการเพื่อดำเนินการต่อได้สะดวก มีความเชื่อมโยง และครบถ้วน

ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก ยังพบว่าให้ความสำคัญกับการบริหารและบูรณาการงานร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในทุกระดับ เน้นการสื่อสารให้ผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานในภาพรวมขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม โดยให้ออกาสในการคิดแสดงความคิดเห็นและคิดต่อยอดในการดำเนินการ นอกจากนี้ยังพบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกมีใจเปิดกว้าง และสนับสนุนเทคโนโลยีใหม่ กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน เพื่อการทำงานที่รวดเร็ว และประชาชนยังเข้าถึงได้ง่ายสะดวกมากยิ่งขึ้น

ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกที่  
ใช้กับผู้ใต้บังคับบัญชา แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

- การสื่อสารแบบเผชิญหน้าผ่านการประชุมประจำเดือน เรียกว่า สภากาแฟ และ  
มีการประชุมย่อยแล้วแต่ตามภารกิจของงาน และเปิดโอกาสให้มีการพูดคุยปรึกษาโดยตรง
- การสื่อสารผ่านหนังสือภายในองค์กร ใช้เป็นกรณีไป
- การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ไลน์ แบ่งไปตามกลุ่มย่อย ๆ ของแต่ละงาน

ส่วนช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วน  
จังหวัดพิษณุโลกที่ใช้กับประชาชน แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

- การสื่อสารแบบเผชิญหน้า การเคาะประตู การลงพื้นที่พบปะประชาชน เพื่อรับ  
ฟังปัญหาของประชาชนในพื้นที่
- สื่อเคลื่อนที่ การใช้รถแห่ในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้ง  
ใช้รถแห่ในการแจ้งข่าวสารทั่วไปให้ประชาชนทราบตามแหล่งชุมชน
- สื่อกลางแจ้ง ใช้ป้ายหาเสียงในช่วงของการเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้ง  
เพื่อประกาศข่าวสารให้ประชาชน
- สื่อใหม่ ใช้ช่องทางเฟซบุ๊ก ในการเผยแพร่วิสัยทัศน์

2. กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก  
มีการดำเนินการเรื่องนโยบายการส่งเสริมคุณภาพชีวิต เพื่อให้คุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้น  
เลือกใช้กลยุทธ์เนื้อหาสารในการสื่อสารนโยบายแบบภาพรวม ไม่ระบุหัวข้อแบบเฉพาะเจาะจง  
ซึ่งจะสามารถนำมาปรับเข้ากับการดำเนินงานแผนย่อย หรือมีการแก้ไขเพื่อปรับเปลี่ยนได้  
เมื่อดำเนินการเสร็จแล้วจึงนำมาเชื่อมโยงกับนโยบายหลัก เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ และมีการใช้  
เครือข่าย ผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการโครงการ ผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินนโยบาย และมี  
ทีมงานการสื่อสาร ช่วยในการสื่อสาร ให้คำปรึกษา และประชาสัมพันธ์นโยบายออกไป ให้ประชาชน  
รับทราบ

นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารนโยบายยังใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบสร้างความ  
เชื่อมั่น หากเรื่องใดหรือโครงการใดดำเนินการไม่ได้ หรือพิจารณาแล้วว่ามีโอกาสที่จะไม่สามารถ  
ดำเนินการจนแล้วเสร็จ ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์ออกไปก่อน เพราะจะขาดความน่าเชื่อถือ  
และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น

3. กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลกใช้กลยุทธ์  
เนื้อหาสาร จากความเป็นตัวตน กล่าวคือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก เป็นผู้ส่งสารที่  
มีความน่าเชื่อถือ มีความคุ้นเคย และคล่องแคล่วในการดำเนินงาน และมีประสบการณ์ทำงานได้  
ประสบผลสำเร็จอย่างมากมาย เช่น การดูแลผู้สูงอายุและด้อยโอกาส และมีการใช้กลยุทธ์ช่อง



ทางการสื่อสาร รูปแบบการนำเสนอสารผ่านวิธีดั้งเดิม เป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า เน้นการลงพื้นที่ เพื่อพูดคุย เนื่องจากประชาชนในพื้นที่มีความคุ้นเคยช่องทางการสื่อสารนี้ และง่ายต่อการเข้าใจ นอกจากนี้จะมีเพิ่มเติมในส่วนของสื่อโซเชียล ช่องทางเพจของ เฟซบุ๊ก ทั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเองและในส่วนขององค์กร แล้วก็มี การเข้าร่วมงานกิจกรรมต่าง ๆ จะพูดคุยสื่อสารผลงานที่ ดำเนินการสำเร็จผนวกไปด้วย เพื่อให้ประชาชนรับทราบ

### 2.3 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นนทบุรี

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ใช้กลยุทธ์ที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ใช้ในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และกลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ดังนี้

2.3.1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ใช้กลวิธี กล่าวคือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร และช่องทางในการเผยแพร่เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ ดังนี้

1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่ใช้ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร จากลักษณะของผู้ส่งสาร เนื่องจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการเมืองท้องถิ่นยาวนานถึง 19 ปี การดำเนินงานโครงการต่าง ๆ จึงมีความต่อเนื่อง และล้วนประสบความสำเร็จ ประชาชนมีความเชื่อใจ และยอมรับในวิสัยทัศน์ทางการเมือง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...โครงการหรือวิสัยทัศน์ที่เอามาดำเนินงานมันมีความต่อเนื่อง แล้วมันเป็นโครงการที่ดี... ประชาชนยอมรับในการทำงานของเรา เพราะเราก็ดำเนินการไม่ปล่อย ก็ยากให้การดำเนินงานมันต่อเนื่องไปอย่างราบรื่น อย่างเรื่องการศึกษาทุกคนรู้ ...เขาก็เชื่อว่าถ้าเป็นนายกก็จะทำให้งานมันออกมาดีได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ในการทำงานก็จะสื่อสารออกไปในเรื่องการทำงานที่เราดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา ไม่ได้ทิ้งอะไร โครงการอะไรก็ทำอยู่ ก็เอามาประชาสัมพันธ์ได้... ๆ...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...แถมจะเน้นย้ำในเรื่องของการศึกษา ว่าทางอบจ.มีวิสัยทัศน์นะ ในการพัฒนาการศึกษาให้ดีที่สุด จนคนไม่ต้องเข้าไปเรียนถึงในกรุงเทพ...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร พบว่าวิสัยทัศน์การบริหารงานเน้นที่ส่วนรวมเป็นสำคัญ กล่าวคือ ในการดำเนินการใดก็เน้นการวิเคราะห์ให้การดำเนินงานเกิดประโยชน์สูงสุด และทำงานแบบบูรณาการ ไม่เอาตนเองเป็นที่ตั้ง เป็นกลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เราก็ต้องทำงานตามบทบาท แล้วก็อำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ ไม่เกินขอบเขต ไม่น้อยไปกว่าที่ต้องทำ มันก็มีนโยบายที่แถลงต่อสภา 8 ด้าน ต้องเร่งดำเนินการ ส่งเสริมการศึกษา สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต... เน้นให้คนของท้องถิ่นคิดงานให้มองให้ได้ในภาพรวม ผลประโยชน์ที่ได้ต้องเป็นภาพรวม บูรณาการร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ...ไม่เคยไปสั่งนะถ้ามันไม่ถูกต้อง ถ้ามันทำแล้วกฎหมายมันไปไม่ได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ตามบทบาทหน้าที่ แล้วก็ทำให้รวดเร็ว เกิดประโยชน์สูงสุด...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...ท่านนายกจะเน้นทำงานแบบบูรณาการ ติดอะไรก็เรียกมาคุยด้วยกัน เรียกมาประชุมให้งานมันไปต่อได้ ห้ามเจียบหายไป...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

จากการสัมภาษณ์พบว่านายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเน้นการทำงานที่ต้องเป็นไปตามกฎหมาย ต้องมีการตรวจสอบ เพื่อป้องกันการดำเนินงานที่ผิดพลาด เนื่องจากมีความเข้าใจในตัวกฎหมายเป็นอย่างดี และเป็นการปกป้องผู้ใต้บังคับบัญชา ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...มันมีหลายหลายเรื่องที่แบบมันควรที่จะเปลี่ยนให้มันโอเคกว่านี้ เด็กบางคนเนี่ยไปโดนให้ออกจากราชการ ต้องออกก่อนเลยยังไม่ทันให้เรื่องเขาไปถึงศาลก่อน ข้าราชการเนี่ยให้ศาลตัดสินก่อนว่าเขาผิดแล้วค่อยออกจะดีกว่านี้ หลายคนี่ออกแล้วก็กลับเข้าไม่ได้มีเยอะ ออกไปก่อนแล้วขอกลับ ไปยื่นศาลปกครองก็ไม่ให้กลับ ทั้งที่ศาลพิพากษา

ยกฟ้องแล้ว เสียโอกาสมาก ๆ ผมสงสาร ...ข้าราชการฝ่ายการเมืองยังไม่เท่าไรฯ ฝ่ายการเมืองตอนหลังเนี่ยศาลปกครองคุ้มครองคดีถึงที่สุด ..เราไม่อยากให้เป็นอย่างนี้ เพราะบางคนรับราชการมาจน 40 จะ 50 แล้ว ใกล้จะเกษียณแล้ว ก็มีไปโดนอย่างนี้ บำเหน็จบำนาญก็ไม่ได้เขาจะทำยังไง... เน้นมาตลอดในการดำเนินงานต้องไม่ให้ผิด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...นายกาก็จะให้ข้อคิดว่าทำอะไรต้องตรวจสอบนะ ทำงานราชการต้องไม่ผิดกฎหมาย ไม่ผิดวินัย...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...บางทีก็จะเรียกมาคุยว่ามันทำได้จริงไหมงานที่ให้การบ้านไป ก็เหมือนมีคนช่วย ตรวจสอบอีกชั้นนึง...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

3) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีช่องทางของการสื่อสารไปยังผู้บังคับบัญชาการแบบการสื่อสารโดยตรง เปิดโอกาสให้เข้ามาพบ และพูดคุยถึงงาน หรือประเด็นปัญหา และการสื่อสารภายในองค์กรจะเป็นการประชุมรวม และจะมีเพิ่มเติมการประชุมย่อยแล้วแต่ตามภารกิจ ในส่วนของการทำหนังสือราชการนั้นเป็นการสื่อสารช่องทางหลักขององค์กร ส่วนช่องทางการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีใหม่จะใช้ไลน์ แบ่งไปตามกลุ่มย่อย ๆ ของแต่ละงาน และมีไลน์ของกลุ่มผู้บริหาร ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...พวกเด็ก ๆ ก็เข้ามาคุยได้เลย มีอะไรก็เข้ามาถามนายกได้ แต่ไม่ค่อยมากกัน ต้องให้เราเรียกเข้ามาคุยมาติดตามเป็นส่วนมาก ...เราก็บอกไปว่าถ้ามีปัญหาให้รับมาเลย เข้ามาได้ทันที... ประชุมก็มีตามปกติ ประชุมติดตามงานแต่ละเดือน ไลน์ก็ใช้บ้าง ใช้น้อยมาก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ถ้าโดยหลักแล้วจะสั่งงานจะใช้หนังสือ ทำหนังสือมาแต่ละหน่วย ...มีการประชุมประจำทุกเดือน ...ถ้าช่องทางโซเชียลของภายในเองก็มีไลน์ เป็นไลน์กลุ่มของแต่ละกองงานเขาไป แล้วก็ของพวกผู้บริหาร... ถามว่าเข้าไปคุยกับนายกได้ไหมก็ได้เลย เข้าไปพบได้ แต่ส่วนมากจะเป็นโดนเรียกไปคุยงานมากกว่า...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...สามารถเข้าพบได้เลย แต่ส่วนมากก็จะคุยกับหัวหน้าเราก่อนดีกว่า แล้วให้หัวหน้าไปคุยเป็นลำดับขั้นอีกที ใช้ไลน์อยู่บ้าง ประชาสัมพันธ์งานกัน...ถ้าเป็นผลงานมาส่วนมากจะเป็นทำหนังสือ...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

ส่วนการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชนใช้การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมเป็นส่วนมาก คือ การลงพื้นที่พบปะประชาชน การใช้รถแห่ และใช้ป้ายหาเสียง ส่วนของช่องทางโซเชียลจะมีเฟสบุ๊กในการสื่อสารวิสัยทัศน์ไปยังประชาชน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ผมไม่เอาเลยนะแบบที่ต้องสร้างภาพนะ เราเน้นเลยลงพื้นที่ไปคุย ไปทุกวันหาชาวบ้าน ไม่ว่าจะกี่สมัยก็ใช้วิธีนี้ แล้วเขาเชื่อมั่นเรา แต่รอบที่แล้วก็มีบ้างในโซเชียล เพราะต้องยอมรับว่านนทบุรีเนี่ยบ้านจัดสรรเยอะ คอนโดเยอะ เขาใช้ชีวิตแบบไม่ค่อยยุ่งกันนะ มันเลยต้องมีโซเชียลติดไว้นิดหน่อย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ก็มีเฟสบุ๊กประมาณนั้น... ส่วนใหญ่ก็คือลงพื้นที่ เน้นไปพูดคุยกับประชาชน...”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...เน้นลงพื้นที่ไปคุยกับผู้นำชุมชน พบปะพวกผู้ใหญ่บ้านอะไรแบบนี้ ...ตอนหาเสียงล่าสุดนั้นก็จะมีเฟสบุ๊กที่เพิ่มเข้ามา”

(ที่มวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

2.3.2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีพบว่าจังหวัดนนทบุรีมีการดำเนินการเรื่องของนโยบายการส่งเสริมการศึกษาเป็นเรื่องหลัก เพื่อให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น โดยจากประสบการณ์ที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเคยทำงานเป็นตำรวจ รู้ถึงปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด ปัญหาสังคมต่าง ๆ เกิดจากการไม่ได้รับการศึกษาที่ดี จึงคิดหาทางช่วยเหลือ

ประชาชนจากต้นเหตุ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้คนรับทราบ ข้อมูลให้ได้มากที่สุด จากนั้นจึงติดตามการดำเนินงาน ดั่งคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่จะทำให้สังคมดีขึ้นต้องทำให้เด็กทุกคนเป็นคนดีมันถูกต้องคือการป้องกัน ดีกว่าการไปแก้ปัญหาปลายเหตุใช่ไหม เราคิดว่ามาอยู่ตรงนี้แล้วเรามาทำการศึกษา ให้เด็กดีขึ้น... ลงเลือกตั้งใจเราเนี่ยตั้งใจจะมาทำเรื่องการศึกษาโดยตรงคิดว่าทำไมให้ทุกคนเป็นคนดีหมด ถ้าทุกคนเป็นคนดีโตขึ้นจะไปทำงานอะไรก็ได้ทรัพยากรบุคคลที่ดี มาแทนพวกเรานะ... ก็ต้องไปบอกให้เขาเข้าใจ ลงพื้นที่ไปบอกเลยให้มันทั่วถึง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ก็จะเป็นในเรื่องของการบอกชาวบ้านไปว่าโรงเรียนเรามีครูต่างชาตินะ มีการสอน ภาษาต่างประเทศในทุกโรงเรียนของอบจ. ของสพฐ. เราก็ช่วยหาครูให้เขาด้วย ลูกหลานของเราจะมีความรู้ความสามารถ...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...เน้นการศึกษาเป็นหลักตั้งแต่เริ่มเลย ...ประชาชนเขารู้เขาก็ไม่ต้องเอาลูกหลานไป เรียนในกรุงเทพแล้ว เพราะรถก็ติด เดินทางลำบาก หลังจากนั้นเขาก็ไปบอกต่อกันเอง”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ใช้กลยุทธ์ การสื่อสารแบบสร้างเครือข่าย และสร้างความสัมพันธ์ ในช่วงที่มีอุปสรรคในการดำเนินงาน ถ้าเป็นสิ่งที่ เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มคนจำนวนมาก ก็จะได้รับสนับสนุน เนื่องจากมีความเข้าใจในความต้องการ และปัญหาของประชาชนอย่างแท้จริง ดั่งคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ผมทำโครงการขึ้นมาแล้วก็จ้างครู จ้างไปได้สองปี แล้วสตก. มาตรวจบอกโครงการนี้ ต้องยกเลิก มันไม่ใช่หน้าที่อบจ. เป็นหน้าที่สพช. นายกก็บอกไม่ยกเลิก เพราะว่าเด็กขาด ครูผมก็ต้องให้ครู ถ้ายกเลิกสตก. ต้องทำหนังสือมาเป็นลายลักษณ์อักษร อย่ามาสั่งผม ปากเปล่ายกเลิกผม เรียกผมเข้าไปคุยเลยกับ ผอ.สตก. เค้าบอกผมให้ยกเลิก ผมบอก ต้องทำหนังสือมาเป็นลายลักษณ์อักษร แล้วถ้าคุณทำหนังสือมาถึงผมเย็นนี้ พรุ่งนี้ก็คน เต็มศาลากลาง ทั้งครูทั้งผู้ปกครองและเด็ก คุณรับไปผมไม่เกี่ยวก็ อัดกันนี้เลย ผลสุดท้าย



เขายอมจึงจำมาได้จนปัจจุบัน...เราต้องมั่นใจทำในสิ่งที่ถูกต้อง ประชาชนรับรู้แล้วก็เห็นดีด้วย”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...พอชาวบ้านรู้เขาก็มองว่ามันเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ เขาก็สนับสนุนให้ทำต่อ...มันก็จะมียุทธศาสตร์ที่เขาช่วยออกมาสนับสนุน เพราะประโยชน์ก็อยู่ที่ลูกหลานของทุกคน...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...เพราะเราดำเนินงานมาประมาณสองปีแล้ว เป็นสิ่งที่ดี ประชาชนก็อยากได้...”

(ทีมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

2.3.3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีจะใช้กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร ที่สื่อสารผ่านวิธีดั้งเดิมทั้งหมด คือการพบปะแบบเผชิญหน้า เน้นการลงพื้นที่เพื่อพูดคุย เนื่องจากมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับคนในพื้นที่อยู่เดิม เป็นคนนนทบุรีโดยกำเนิด การพูดคุยด้วยตนเองจึงมีประสิทธิภาพมาก ในส่วนของผลงานที่ดำเนินการสำเร็จแล้ว ประชาชนจะรับรู้กันแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นผลจากกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ที่ลงพื้นที่ด้วยตนเองมาตลอด รวมถึงแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ ช่วยเหลือประชาชนจึงได้รับการสนับสนุนอย่างดี การเลือกตั้งท้องถิ่นรอบล่าสุดได้เพิ่มเติมการสื่อสารผ่านช่องทางเพจของเพจขององค์กร และแอปพลิเคชันติ๊กต็อกขององค์กร และพูดคุยสื่อสารตอนที่ไปออกงานต่าง ๆ เมื่อมีโอกาส ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...กับประชาชนเนี่ยเราทำมาตลอดอยู่แล้วแบบก่อนเป็นตำรวจ ตอนเด็ก ๆ ก็พาพวกไปชนทรายเข้าวัด ไปบารุงวัด ทำสวนทำอะไรก็มีเพื่อนระดับล่างหมด ขึ้นมะพร้าว ฉีดยาส้ม ก็จ้างเรามาฉีดด้วยกัน คนรอบข้างคนยากคนจนก็อยู่ด้วยกันมาตลอด ...พูดกับชาวบ้านตรงไปตรงมาทั้งหมด ทำให้เขาเห็นในการทำงานของเราแล้วทุกคนยอมรับหมด โดยเฉพาะการศึกษาชัดเจน จังหวัดไหนก็พูดถึงเรา...คลุกคลีตลอด เป็นคนพื้นที่เดิมแล้วก็แข็งแรงทำอะไรเร็ว ไม่ช้า มันก็ได้เปรียบตรงนี้ พูดง่าย ๆ ว่าคนที่จะมาเป็นผู้นำท้องถิ่นในระดับนายกอบจ.เนี่ยมันควรจะรู้บริบทต้องทุกระดับชั้น ต้องระดับชั้นทั้งล่างกลางบนแล้วความรู้กฎหมายก็ดี การมองไกลก็ดี ต้องมีครบ ไม่ใช่เนี่ยก็อยากจะเป็นก็มาเป็น มันไม่ได้หรอกเพราะว่าขึ้นมาเป็นได้มันก็ไม่สามารถนำพาองค์กรไปข้างหน้าอย่างมีคุณภาพ ใช้ไหม มันต้องรู้บริบทครบ ทั้งระดับล่างต้องการอะไร ชวนาชาวสวนต้องการ

อะไร ระดับกลางต้องการอะไร บ้านจัดสรรต้องการอะไร อย่างเนี้ยมันจะต้องให้  
ครบถ้วนทุกบริบทแล้วก็ต้องมองครอบคลุมทั้งจังหวัดให้ได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี)

“...ส่วนมากตอนไปงานต่าง ๆ ไปเปิดงานกิจกรรมก็จะสื่อสารว่างานไหนไปถึงไหน  
แล้ว พุดตอนไปงานอะไรแบบนี้... นายกาเองเขาเชิญงานไหนท่านก็ไปร่วมทุกงาน  
ไปร่วมเท่าที่จะไปได้...”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx1)

“...นายเองจะเน้นไปพูดคุยลงพื้นที่กับชาวบ้านด้วยตนเองเป็นส่วนมาก แทบจะทุก  
วัน ไปในงานที่เขาเชิญบ้าง เช่นงานกีฬาจะไปทุกโรงเรียน...ในส่วนของช่องทาง  
ออนไลน์ก็มีทีมงานช่วย จะโพสต์ประชาสัมพันธ์งานของอบจ. ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก แล้  
ล่าสุดก็มีติดตอกเป็นคลิปลั่น ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์งานของอบจ. ที่ดำเนินการ...  
ปลายปีก็จะมีทำหนังสือสรุปงานของอบจ. ที่ผ่านมาทั้งปีเป็นเล่มอีกที”

(ที่มววางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีx2)

สรุปได้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วน  
จังหวัดที่มีภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐจากการสัมภาษณ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี  
พบว่า

1. กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร จากลักษณะของ  
ผู้ส่งสารเป็นหลัก เนื่องจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการ  
ทำงานด้านการเมืองท้องถิ่นยาวนานถึง 19 ปี การทำงานตามนโยบายที่ได้นำเสนอไปจึงมีความต่อเนื่อง  
โดยโครงการที่ดำเนินการล้วนประสบผลสำเร็จ ประชาชนมีความเชื่อมั่นกับวิสัยทัศน์ทางการเมือง  
ที่สื่อสารออกไปว่าจะพัฒนาท้องถิ่นได้ ทำให้การเสนอวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์  
การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีได้รับการยอมรับจากประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างดี

นอกจากนี้การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองบริหารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี  
ยังพบว่าเน้นที่ส่วนรวมเป็นสำคัญ โดยการดำเนินการในเรื่องใดก็เน้นการวิเคราะห์ถึงผลสัมฤทธิ์ให้  
เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่สนใจว่าได้ประโยชน์แก่องค์กรตนเองมากที่สุดหรือไม่ และทำงานแบบ  
บูรณาการกับทุกหน่วยงานใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังพบว่านาย  
กองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเน้นนโยบายการทำงานที่ถูกต้องเป็นตามกฎหมาย ข้อบังคับ  
ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันการดำเนินงานที่ผิดพลาด การจะดำเนินงานโครงการต้องมีการ

ตรวจสอบก่อน เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในตัวกฎหมายเป็นอย่างดี และมีจิตใจเป็นห่วงในตัวผู้ได้บังคับบัญชา หากดำเนินการที่ผิดระเบียบไปจะทำให้เกิดความผิดได้

ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีที่ใช้กับผู้ได้บังคับบัญชา แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

- การสื่อสารแบบเผชิญหน้าผ่านการประชุมประจำเดือน และมีการประชุมย่อยแล้วแต่ตามภารกิจของงาน

- การสื่อสารผ่านหนังสือภายในองค์กร ที่ใช้เป็นช่องทางหลักในการสั่งการ

- การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ไลน์ แบ่งไปตามกลุ่มย่อย ๆ ของแต่ละงาน และมีไลน์ของกลุ่มผู้บริหารการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน

ส่วนช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีที่ใช้กับประชาชน แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

- การสื่อสารแบบเผชิญหน้า การเคาะประตู การลงพื้นที่พบปะประชาชนเพื่อรับฟังปัญหาของประชาชนในพื้นที่ เช่นปัญหาที่ทิ้งขยะ

- สื่อเคลื่อนที่ การใช้รถแห่ในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งใช้รถแห่ในการแจ้งข่าวสารทั่วไปให้ประชาชนทราบตามแหล่งชุมชน

- สื่อกลางแจ้ง ใช้ป้ายหาเสียงในช่วงของการเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งเพื่อประกาศข่าวสาร

- สื่อใหม่ จะใช้ช่องทางเฟสบุ๊ก

2. กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี มีการดำเนินการเรื่องของการส่งเสริมการศึกษาเป็นเรื่องหลัก เพื่อให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น โดยมีที่มาจากประสบการณ์ตรงของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เคยรับราชการตำรวจ พบว่าปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาใหญ่ของสังคม และปัญหาสังคมต่าง ๆ เกิดจากการที่ประชาชนไม่ได้รับการศึกษาที่ดี ขาดความรู้ ไม่สามารถประกอบอาชีพที่ดีได้ จึงได้คิดหาทางช่วยเหลือประชาชนจากต้นเหตุของปัญหา ต้องให้การศึกษาเข้าถึงคนทุกคนในสังคม ส่งเสริมให้มีบุคลากรครูที่เพียงพอ และเสริมด้วยการสอนภาษาต่างประเทศโดยครูชาวต่างชาติ และมีการติดตามการดำเนินงานมาโดยตลอดว่ามีประสิทธิผลขนาดไหน และประชาสัมพันธ์ออกไปให้ประชาชนทราบในตอนต้นสอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ จนสุดท้ายแล้วประชาชนก็ยอมรับ จนเกิดเป็นเครือข่าย เมื่อเกิดอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงาน กลุ่มของประชาชนก็พร้อมที่จะช่วยในการสนับสนุนให้ดำเนินงานตามนโยบายต่อไป เพราะเป็นสิ่งที่ประชาชนต่อกลุ่มคนจำนวนมาก

3. กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทนบุรี ใช้กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร สื่อสารผ่านวิธีดั้งเดิมทั้งหมด คือการพบปะแบบเผชิญหน้า เน้นการลงพื้นที่เพื่อพูดคุย เพราะมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับคนในพื้นที่อยู่เดิม ส่วนของผลงานที่ทำไป ประชาชนจะรับรู้กันแบบปากต่อปาก จากกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ที่ลงพื้นที่ด้วยตนเองมาตลอด รวมถึงแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ ช่วยเหลือประชาชนจึงได้รับการสนับสนุนอย่างดี จากการเลือกตั้งท้องถิ่นรอบล่าสุดมีการใช้สื่อใหม่เพิ่มขึ้นคือช่องทางเพจของเฟซบุ๊กขององค์กร และแอปพลิเคชันติดต่อกององค์กร นอกจากนี้ นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทนบุรี จะพูดคุยสื่อสารตอนที่ไปออกงานต่าง ๆ เมื่อมีโอกาส โดยจะไปร่วมงานที่เชิญทุกงานเท่าที่จะไปได้

สรุปภาพรวมกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ ใช้กลวิธี กล่าวคือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร และช่องทางในการเผยแพร่เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ ดังนี้

1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ในด้านลักษณะของผู้ส่งสาร เนื่องจากประสบการณ์ในการทำงานอย่างยาวนาน สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และเนื่องจากมีความต่อเนื่องในการดำรงตำแหน่ง มีความน่าเชื่อถือ ประชาชนจึงเชื่อใจ และยอมรับ และกลยุทธ์เนื้อหาของสารในการใช้เนื้อหาของสารที่สร้างให้เกิดการจดจำ รวมไปถึงการแถลงวิสัยทัศน์ในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร พบว่ามีวิสัยทัศน์การบริหารงานแบบกลยุทธ์การบริหารงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก เน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ไม่ยึดติดที่ตนเองเป็นหลัก มีการใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถนำเสนอ และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เปิดกว้างกับผู้ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อให้งานเร็วขึ้น เน้นผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ และดำเนินงานแบบบูรณาการ

3) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา จะประกอบไปด้วย การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทั้งการพูดคุยส่วนตัว และการประชุม รวมถึงใช้หนังสือสั่งการ ส่วนช่องทางสื่อใหม่จะมีการส่งข้อความผ่านไลน์ การเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน ใช้กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อและเข้าถึง จะสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก การลงพื้นที่พบปะประชาชน การใช้รถแห่ และใช้ป้ายหาเสียง เนื่องจากเป็นช่องทางที่ประชาชนมีความคุ้นเคยมากที่สุด

2. กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายในทุกจังหวัดเน้นนโยบายที่เป็นปัญหาหลัก หรือเป็นปัญหาใหญ่ในพื้นที่ เช่นนโยบายสินค้าเกษตร นโยบายที่ดินทำกิน นโยบายส่งเสริมการศึกษา

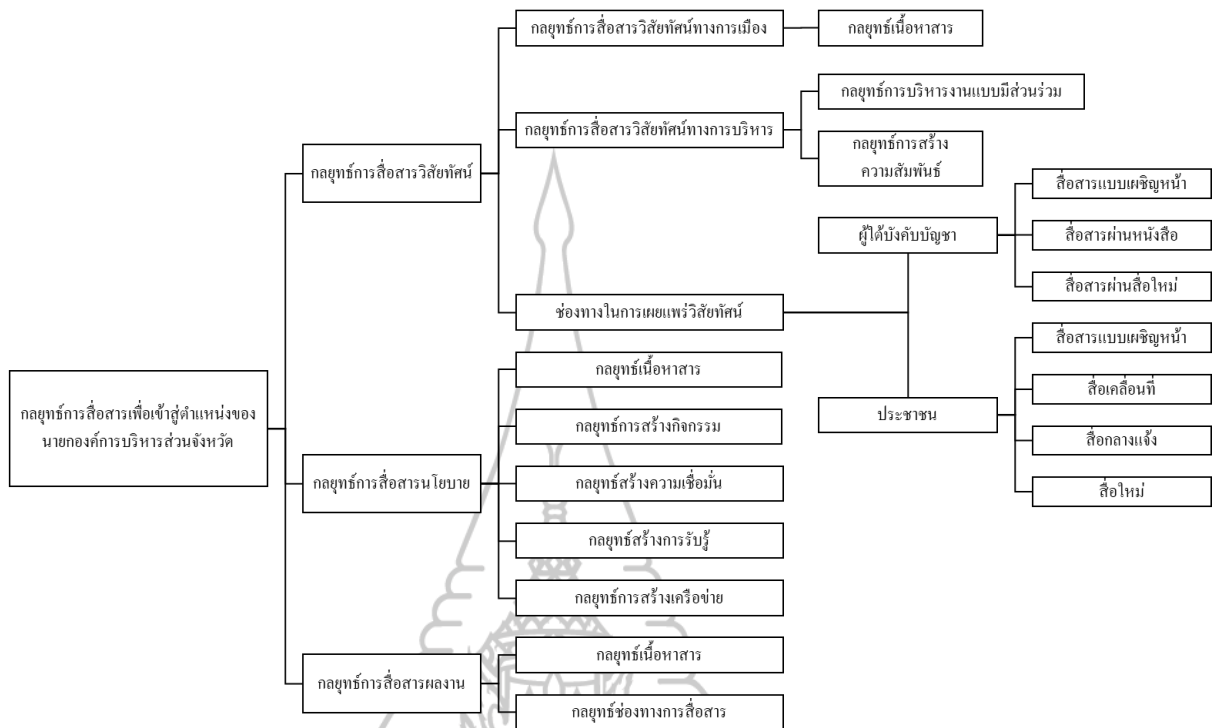
เป็นการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระ ที่กระตุ้นความสนใจของประชาชนส่วนมาก และมีการใช้กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ให้เกี่ยวข้องกับบริบทของคนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์สื่อสารนโยบายในภาพกว้างเพื่อปรับตามบริบทและการดำเนินงานได้ รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น สร้างการรับรู้ และการใช้งานเครือข่ายเพื่อสื่อสารนโยบายออกไป

3. กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ประกอบด้วย การเลือกเรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน จากการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระ เน้นงานที่เกี่ยวกับประชาชนเป็นหลัก และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร ใช้ช่องทางการสื่อสารดั้งเดิม คือการลงพื้นที่เพื่อพูดคุย นอกจากนี้จะมีการใช้ช่องทางเฟซบุ๊กของตนเอง และในส่วนขององค์กร และส่วนมากจะเป็นการพูดในตอนที่ได้รับเชิญไปร่วมงานต่าง ๆ จะมีการสื่อสารผลงานแทรกเข้าไปด้วย

จากการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่างกัน คือ กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ มีการใช้การแถลงเนื้อหาวิสัยทัศน์ทางการเมืองในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเพียงเรื่องเดียว กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ มีใจเปิดกว้าง และสนับสนุนเทคโนโลยีใหม่ กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน เพื่อการทำงานที่รวดเร็ว และประชาชนยังเข้าถึงได้ง่ายสะดวกมากยิ่งขึ้น ช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง ใช้ช่องทางสื่อใหม่เพียงลักษณะเดียว ส่วนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ และนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่มีภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐ ใช้ช่องทางการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า สื่อเคลื่อนที่ สื่อกลางแจ้ง และสื่อใหม่ กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังมีการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันเกือบทั้งหมด กลยุทธ์การสื่อสารร่วมที่เหมือนกัน คือ กลยุทธ์การสื่อสารผลงานโดยใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระและกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร

ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสามารถสรุปเป็นแผนภาพ รายละเอียดได้ดังต่อไปนี้





ภาพที่ 4.2 แผนภาพกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

จากแผนภาพที่ 4.2 สามารถสรุปภาพรวมกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้ดังนี้ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องประกอบไปด้วย กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง จะใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร จากลักษณะของผู้ส่งสารที่มีประสบการณ์ในการทำงานอย่างยาวนาน มีความน่าเชื่อถือ ประชาชนเชื่อถือ และยอมรับ และกลยุทธ์เนื้อหาสารในการใช้เนื้อหาของสารที่สร้างให้เกิดการจดจำรวมไปถึงการแถลงวิสัยทัศน์ในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร เน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ไม่ยึดติดที่ตนเองเป็นหลัก ใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถนำเสนอ และมีส่วนร่วมในการบริหาร เปิดกว้างกับกับใช้เทคโนโลยีใหม่ เน้นผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ และดำเนินงานแบบบูรณาการ ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา จะประกอบไปด้วยการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทั้งการพูดคุยส่วนตัว และการประชุม รวมถึงใช้หนังสือสั่งการ ส่วนช่องทางสื่อใหม่จะมีการส่งข้อความผ่านไลน์ การเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน ใช้กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อและเข้าถึง จะสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก การลงพื้นที่พบปะประชาชน การใช้รถแห่ และใช้ป้ายหาเสียง

เนื่องจากเป็นช่องทางที่ประชาชนมีความคุ้นเคยมากที่สุด กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายในทุกจังหวัด เน้นนโยบายที่เป็นปัญหาหลัก หรือเป็นปัญหาใหญ่ในพื้นที่ เป็นการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระ ที่กระตุ้นความสนใจของประชาชนส่วนมาก และมีการใช้กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ให้เกี่ยวข้องกับบริบทของคนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์สื่อสารนโยบายในภาพกว้างเพื่อปรับตามบริบทและการดำเนินงานได้ รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น สร้างการรับรู้ และการใช้งานเครือข่ายเพื่อสื่อสารนโยบายออกไป และกลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ประกอบด้วย การเลือกเรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน จากการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระ เน้นงานที่เกี่ยวกับประชาชนเป็นหลัก และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร ใช้ช่องทางการสื่อสารดั้งเดิม คือการลงพื้นที่เพื่อพูดคุย ใช้ช่องทางเฟซบุ๊กของตนเอง และในส่วนขององค์กรเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย และการพูดตอนรับเชิญไปร่วมงานต่าง ๆ จะผนวกเรื่องของผลงานเข้าไปด้วย

ตารางที่ 4.1 ตารางเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

| กลยุทธ์การสื่อสาร<br>ของนายกองค์การ<br>บริหารส่วนจังหวัด | ภูมิหลังเป็นนักธุรกิจ                           |   |  |
|--|---|---|--|
|  | ภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ใน<br>ตระกูลนักการเมือง   | ผู้ประกอบการ หรือมี<br>ธุรกิจในครอบครัวมา<br>ก่อน | ภูมิหลังจากองค์กร<br>ภาครัฐ  |
| กลยุทธ์การสื่อสาร  |   |   |  |
| ● วิสัยทัศน์ทาง<br>การเมือง                              | - กลยุทธ์เนื้อหาของสาร<br>ใช้ลักษณะของผู้ส่งสาร | - กลยุทธ์เนื้อหาของสาร<br>ใช้ลักษณะของผู้ส่งสาร   | - กลยุทธ์เนื้อหาของสาร<br>ใช้ลักษณะของผู้ส่งสาร                        |
| ● ช่องทาง  | - สื่อใหม่                                      | - สื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม                         | - สื่อสารแบบ<br>เผชิญหน้า สื่อ<br>เคลื่อนที่ สื่อ<br>กลางแจ้ง สื่อใหม่ |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| กลยุทธ์การสื่อสาร<br>ของนายกองค์การ<br>บริหารส่วนจังหวัด   | ภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ใน<br>ตระกูลนักการเมือง  | ภูมิหลังเป็นนักธุรกิจ<br>ผู้ประกอบการ หรือมี<br>ธุรกิจในครอบครัวมา<br>ก่อน  | ภูมิหลังจากองค์กร<br>ภาครัฐ  |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● วิสัยทัศน์ทางการ<br/>บริหาร</li> <li>● ช่องทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การ<br/>บริหารงานโดยยึด<br/>เป้าหมายเป็นหลัก</li> <li>- กลยุทธ์การ<br/>บริหารงานแบบมีส่วนร่วม</li> <li>รวม</li> <li>- สื่อสารแบบ<br/>เผชิญหน้า</li> <li>- สื่อสารผ่านสื่อใหม่</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การ<br/>บริหารงานโดยยึด<br/>เป้าหมายเป็นหลัก</li> <li>- กลยุทธ์การ<br/>บริหารงานแบบมีส่วนร่วม</li> <li>รวม</li> <li>- สื่อสารแบบ<br/>เผชิญหน้า</li> <li>- สื่อสารผ่านหนังสือ</li> <li>- สื่อสารผ่านสื่อใหม่</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การ<br/>บริหารงานโดยยึด<br/>เป้าหมายเป็นหลัก</li> <li>- กลยุทธ์การ<br/>บริหารงานแบบมีส่วนร่วม</li> <li>รวม</li> <li>- สื่อสารแบบ<br/>เผชิญหน้า</li> <li>- สื่อสารผ่านหนังสือ</li> <li>- สื่อสารผ่านสื่อใหม่</li> </ul> |
| กลยุทธ์การสื่อสาร<br>นโยบาย  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เนื้อหาของสาร<br/>ลักษณะเนื้อหาที่กระตุ้น<br/>ความสนใจ</li> <li>- กลยุทธ์การสร้างการ<br/>รับรู้</li> <li>- กลยุทธ์การสร้าง<br/>เครือข่าย</li> <li>- กลยุทธ์การสร้าง<br/>กิจกรรม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เนื้อหาของสาร<br/>ลักษณะเนื้อหาที่กระตุ้น<br/>ความสนใจ</li> <li>- กลยุทธ์เนื้อหาสารใน<br/>การสื่อสารนโยบายแบบ<br/>ภาพรวม</li> <li>- กลยุทธ์การสร้าง<br/>เครือข่าย</li> <li>- กลยุทธ์การสื่อสาร<br/>แบบสร้างความเชื่อมั่น</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เนื้อหาของสาร<br/>ลักษณะเนื้อหาที่กระตุ้น<br/>ความสนใจ</li> <li>- กลยุทธ์การสร้าง<br/>การรับรู้</li> <li>- กลยุทธ์การสร้าง<br/>เครือข่าย</li> </ul>  |
| กลยุทธ์การสื่อสาร<br>ผลงาน   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เนื้อหาสาร</li> <li>- กลยุทธ์ช่องทางการ<br/>สื่อสาร</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เนื้อหาสาร</li> <li>- กลยุทธ์ช่องทางการ<br/>สื่อสาร</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์ช่องทางการ<br/>สื่อสาร</li> </ul>  |

### ส่วนที่ 3 : ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะ จากการสัมภาษณ์ พบว่า การพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีดังนี้ การประเมินคุณลักษณะของตนเอง โดยเริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง อาจจะประเมินตั้งแต่ก่อนเข้าสู่ตำแหน่งหรือตอนอยู่ในตำแหน่งก็ได้ จากนั้นจึงนำมาวางแผน เพื่อพัฒนาคุณลักษณะของตน เสริมข้อที่ดี และลดข้อด้อยของตนเอง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การประเมินผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ว่ามีคุณลักษณะของผู้นำในด้านใดบ้าง จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อนำมาวางแผนการดำเนินการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด การเสริมสร้างคุณลักษณะของผู้นำของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ไม่ควรปรับเปลี่ยนความเป็นตัวตนของผู้สมัคร แต่เป็นการเสริมสร้างจุดเด่นให้ชัดเจน...”

“ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร”

“...ผู้สมัครอาจจะต้องมีผู้ประเมินตัวเองก่อนนะครับ ... บุคลิกภาพของนายกอบจ.ก็มีความแตกต่างกันแต่ละบริบทกันนะครับ ผมคิดว่าก่อนที่จะพัฒนาเนี่ยผู้สมัครเองจะต้องพิจารณา ก่อน ว่าเรามีจุดอ่อนหรือจุดด้อยยังไง เราถึงจะต้องวางแผนในการพัฒนาต่อไป ...และจะต้องพิจารณาอย่างไรเนี่ย เราจะพิจารณาจากฟีดแบคหรือภาพสะท้อนที่ออกไปช่วงที่สมัยดำรงตำแหน่งหรือก่อนที่จะมาดำรงตำแหน่งนะครับ ผมคิดว่าอันนี้เป็นสิ่งที่คุณจะต้องจะต้องพิจารณาก่อนนะครับในเรื่องก่อนที่จะพัฒนาคุณลักษณะของผู้นำอย่างไร...”

“ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวีรัฐพัฒน์”

“...จะต้องมีการวิเคราะห์เพื่อประเมินคุณลักษณะของตัวผู้สมัครที่มีก่อน จากนั้นถึงไปพัฒนาคุณลักษณะ และพัฒนาทักษะตามสมรรถนะที่ควรจะมีของผู้นำ...”

“รศ.ดร.วิฑยาร ท่อแก้ว”

นอกจากนี้ผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่งควรจะพัฒนาคุณลักษณะของผู้นำและการจัดการ การสื่อสารเพิ่มเติม โดยพัฒนาจากความเป็นตัวตนของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเอง โดยปรับปรุงให้ เข้ากับบริบทในพื้นที่ เป็นไปตามความต้องการของท้องถิ่นนั้น ๆ และควรจะหมั่นพัฒนาตนเองให้ เป็นผู้ที่มีความรอบรู้ พัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ อย่างการฝึกทักษะภาษาต่างประเทศเป็นต้น ดังคำสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“...คุณลักษณะของผู้นำของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรพัฒนาจากฐานของ ความเป็นตัวตนของผู้สมัคร และบริบทของสังคมในพื้นที่ เพื่อจัดการทิศทางของการสื่อสารให้ เป็นไปตามความต้องการของบริบทสังคม โดยนำเสนอจุดเด่นที่เหมาะสมกับบริบทเพื่อให้เกิด การจดจำของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด...”

“ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร”

“...เรื่องแรกเลยนะฮะผู้นำหลายหลายท่านอาจจะมีทักษะในการสื่อสารแตกต่างกันนะครับบาง คนก็อาจจะมีทักษะในการสื่อสารในทางคำพูด หรือทางปราศรัยนะครับ หรือการพบปะหรือ การที่จะประสานภายนอกภายในได้ดี ...ผู้นำควรจะต้องมีนะครับในเรื่องของการเป็นผู้รอบรู้ ต่าง ๆ นะครับ อาจจะต้องสื่อสารในภาษาต่าง ๆ ประเทศบ้างอะไรต่าง ๆ บ้างผมคิดว่าอันนี้ก็ จะต้อง...”

“ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวีรัฐพัฒน์”

“...ทักษะการพูดในที่สาธารณะเป็นทักษะที่สำคัญที่สุดสำหรับนายกองค์การบริหารส่วน จังหวัด เนื่องจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดต้องสื่อสารกับประชาชนอยู่บ่อยครั้ง ทั้งใน โอกาสอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้นำควรฝึกฝนการพูดในที่สาธารณะให้มั่นใจ ชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และสามารถสื่อสารกับผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจฝึกฝน การพูดในที่สาธารณะ เช่น พูดในงานประชุม พูดในงานสัมมนา หรือพูดในรายการโทรทัศน์ ... ทักษะการนำเสนอข้อมูลเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เนื่องจากนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดต้องนำเสนอข้อมูลต่างๆ แก่ประชาชนและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้นำควรฝึกฝนการนำเสนอข้อมูลให้น่าสนใจ เข้าใจง่าย และสามารถ ตอบคำถามหรือรับมือกับข้อโต้แย้งได้อย่างเหมาะสม โดยอาจฝึกฝนการนำเสนอข้อมูล เช่น นำเสนอผลงานขององค์กร นำเสนอนโยบายขององค์กร หรือนำเสนอแผนพัฒนาจังหวัด ... ทักษะการฟังอย่างตั้งใจเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เนื่องจาก นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและหน่วยงานที่



เกี่ยวข้อง ผู้นำควรฝึกฝนการฟังอย่างตั้งใจ เข้าใจความหมายของสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อ และสามารถตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม โดยอาจฝึกฝนการฟังผู้อื่นพูดในที่ประชุม หรือฝึกฝนการฟังผู้อื่นเล่าเรื่อง ...ในปัจจุบันโลกาภิวัตน์ทำให้การสื่อสารระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญมากขึ้น ผู้นำควรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา เพื่อสามารถสื่อสารกับบุคคลจากวัฒนธรรมอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ เช่น เรียนภาษาต่างประเทศ ฝึกสนทนากับชาวต่างชาติ หรือดูภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ต่างประเทศ ...ทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้ผู้นำสามารถคิดหาวิธีการสื่อสารใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพ โดยไม่จำกัดอยู่ในรูปแบบเดิม ๆ โดยอาจฝึกฝนทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ เช่น ฝึกคิดหัวข้อในการพูดในที่สาธารณะ ฝึกคิดรูปแบบการนำเสนอข้อมูลใหม่ๆ หรือฝึกคิดวิธีการสื่อสารที่เข้าถึงผู้ฟังพัฒนาทักษะการสื่อสารเชิงบวก ทักษะการสื่อสารเชิงบวกจะช่วยให้ผู้นำสามารถสื่อสารได้อย่างน่าเชื่อถือและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟัง โดยอาจฝึกฝนทักษะการสื่อสารเชิงบวก เช่น ฝึกคิดในแง่บวก ฝึกใช้คำพูดเชิงบวก หรือฝึกคิดถึงประโยชน์ของผู้ฟัง นอกจากทักษะการสื่อสารพื้นฐานแล้ว นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดควรพัฒนาทักษะการสื่อสารเฉพาะด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เช่น ทักษะการสื่อสารด้านนโยบาย ทักษะการสื่อสารด้านงบประมาณ ทักษะการสื่อสารด้านกฎหมาย เป็นต้น การพัฒนาทักษะการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดควรฝึกฝนทักษะการสื่อสารอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย...”

“รศ.ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว”

3.2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ ประกอบไปด้วย แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน

### 3.2.1 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์

1) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง จากการสัมภาษณ์พบว่า ประกอบไปด้วยการรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็นเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง จากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองของท้องถิ่น และเข้าใจในมุมมองกว้างระดับประเทศ และต่างประเทศ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง โดยการกำหนดจากความต้องการของประชาชนในพื้นที่ในการพัฒนาจังหวัด การวางจุดยืนในการเน้นการพัฒนาในด้านใด การสร้างความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่ประชาชนเข้าใจง่ายและมีการพัฒนาที่ชัดเจนและเห็นผลเป็นรูปธรรม...”

“ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร”

“...ถ้าเราจะพัฒนากลยุทธ์ในเรื่องของวิสัยทัศน์ทางการเมืองเพิ่มเติมนะครับซึ่งผมคิดว่าเรื่องวิสัยทัศน์ของผู้นำนะครับ ในท้องถิ่นเนี่ยควรจะเข้าใจ ...วิสัยทัศน์เหล่านี้ ผู้นำเองควรจะตั้งงมีนะครับในเรื่องของการเข้าใจในบริบทการเมืองในระดับท้องถิ่น เช่น ภาพเล็กคือองค์กรระดับตำบลนะครับ เทศบาล และกิ่งบจ. แล้วก็ขณะเดียวกันในเวทีระดับประเทศ ระหว่างประเทศ ผมคิดว่าสิ่งเหล่านี้ผู้นำควรจะตั้งมีความเข้าใจในเรื่องนี้ด้วย...”

“ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวรัฐพัฒนา”

“...สิ่งแรกที่เราควรทำคือการวิเคราะห์ผู้ฟัง ว่าผู้ฟังมีความต้องการอะไร สนใจอะไร และรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร โดยอาจใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ หรือวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ ...เมื่อเข้าใจผู้ฟังแล้ว จึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสารว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้ฟัง ต้องการสร้างภาพลักษณ์อย่างไร และต้องการผลลัพธ์อะไร โดยอาจกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ เช่น ต้องการให้ประชาชนรู้จักผู้สมัครเพิ่มขึ้น 50% หรือกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพ เช่น ต้องการให้ประชาชนเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้สมัคร...มีช่องทางการสื่อสารมากมายให้เลือก เช่น สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมพบปะประชาชน เป็นต้น ควรเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้ฟังและเป้าหมายการสื่อสาร โดยอาจใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสานเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลายช่องทาง ...เนื้อหาที่สื่อสารควรมีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็นกับผู้ฟัง โดยอาจใช้ภาษาที่ตรงไปตรงมา หลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์หรือสำนวนที่ซับซ้อน และเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น วิดีโอ รูปภาพ หรืออินโฟกราฟิก ...ควรวัดผลการสื่อสารเพื่อประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่ โดยอาจใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นของประชาชน หรือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

กลยุทธ์การสื่อสารที่ดีจะช่วยให้ผู้สมัครสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายของการเลือกตั้ง โดยควรมีการวางแผนการสื่อสารอย่างรอบคอบและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามสถานการณ์...”

“รศ.ดร.วิฑูรย์ ท่อแก้ว”

2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร จากการศึกษาสัมภาษณ์ พบว่าจะ ประกอบไปด้วย การบริหารงานที่ทันสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงความเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ยังคงไม่ทิ้งเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ในขั้นตอน หรือกระบวนการใด ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร โดยการสร้างรูปแบบการบริหารที่มีความแตกต่าง เน้นการนำเสนอแนวทางการบริหารที่ทันสมัยและมีความรวดเร็วในการดำเนินการ โดยคำนึงถึงงบประมาณและบุคลากรที่มีความเป็นไปได้ การปรับเปลี่ยนที่เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมที่ประชาชนสามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว...”

“ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร”

“...ในเรื่องของแนวทางการบริหารเนี่ย ...ที่นี้นักการเมืองเนี่ยควรจะต้องเข้าใจในเรื่องของกฎหมายตามพรบ.องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ผมคิดว่าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้เองนะครับ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะมีที่ปรึกษาด้านกฎหมาย มีที่ปรึกษานายกฯ หรือมีเลขาธิการชุดแนะนำแต่จริง ๆ แล้วผมคิดว่าผู้นำควรจะต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้งด้วยนะครับในเรื่องของข้อระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะเข้าใจว่าอันไหนที่เป็นเงื่อนไขที่ติดขัดที่ทำให้ไม่ได้ หรือทำได้จะต้องใช้เวลาเมื่อมันต้องใช้เวลาในการผ่านงบประมาณเราจะได้สื่อสารกับประชาชนได้เข้าใจว่ามันจะมีระยะเวลาเท่าไร มีเงื่อนไขอะไรบ้าง ..เพียงแต่ว่าผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องเข้าใจใหม่ไลน์ของในแต่ละเรื่อง...”

“ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวรัฐพัฒน์”

“...ผู้บริหารองค์กรจะต้องพัฒนาสมรรถนะทักษะการสื่อสารในทุกด้านของตนไม่ว่าจะเป็นทางบุคลิกภาพ กริยาท่าทางการแสดงออกที่จะต้องสื่อสารกับผู้รับสารทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เนื้อหาที่สื่อสารควรมีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็นกับผู้รับสาร เลือกรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้ฟังและเป้าหมายการสื่อสาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลายช่องทาง ควรมีการวางแผนการสื่อสารอย่างรอบคอบและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์...”

“รศ.ดร.วิฑูรย์ ท่อแก้ว”

3.2.2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย จากการสัมภาษณ์ พบว่าจะประกอบไปด้วย การเลือกกำหนดนโยบายที่มาจากปัญหา หรือความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานตามนโยบายที่เห็นได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย การกำหนดนโยบาย 1 ปี นโยบาย 2 ปี นโยบาย 3 ปี นโยบาย 4 ปี นโยบายควรเป็นนโยบายที่มาจากความต้องการของประชาชน หรือจากปัญหาที่มีอยู่นำมาเป็นนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหา นั้น นโยบายควรเป็นนโยบายที่จำต้องได้ และสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วเห็นผลที่จับต้องได้...”

“ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร”

“...มันจะต้องมีกระบวนการแรกก็คือกระบวนการก่อตัวของนโยบาย ปัญหาหรือแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นที่ยังไม่ได้แก้ไขนะครับ ซึ่งจะมาเป็นตัวกำหนด เช่น ยกตัวอย่าง เทศบาลนครหาดใหญ่เนี่ย มีขยะมากเลยนะครับขยะที่มันจัดการไม่ได้ เราจะต้องออกนโยบายมานะครับ ต้องมากำจัดขยะ ...ปัญหาของในจังหวัดของตัวเอง อะไรบ้างที่ยังไม่ได้มีการแก้ไข ต้องสรุปประเด็นเพื่อมากำหนดร่างนโยบายซึ่งเป็นปัญหา สาธารณะที่ทุกคนเห็นตรงกันและยังไม่ได้รับการแก้ไข...”

“ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวรัฐพัฒน์”

“...เหมือนกันกับการสื่อสารวิสัยทัศน์ สิ่งแรกที่เราควรทำคือการวิเคราะห์ผู้รับสารว่าผู้รับสาร มีความต้องการอะไร สนใจอะไร และรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร...เมื่อเข้าใจผู้รับสารแล้ว จึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสารว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้รับสาร ต้องการผลลัพธ์อะไร โดยอาจกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ หรือกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพ เลือกช่องทาง การสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสารและเป้าหมายการสื่อสาร เนื้อหาที่สื่อสารควรมีความ ชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็นกับผู้รับสาร วัดผลการสื่อสารเพื่อประเมินว่า การสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่ ...นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดควรพัฒนากลยุทธ์ การสื่อสารนโยบายของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน โดยอาจพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาและความต้องการ ของประชาชน นโยบายของคู่แข่ง โดยสรุป กลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัดควรมีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างตรง จุด เพื่อให้ประชาชนเข้าใจนโยบายและสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัครได้อย่างเหมาะสม”

“รศ.ดร.วิฑูรย์ ท่อแก้ว”

3.2.3 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน จากการสัมภาษณ์ พบว่าประกอบไปด้วย การเลือกนำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านตัวกลาง หรือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลงานนั้น เพื่อสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือ และมีความสม่ำเสมอในการสื่อสารผลงานออกไป ต้องมีความต่อเนื่อง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...กลยุทธ์การสื่อสารสื่อสารผลงานเพิ่มเติม การนำเสนอผลงานที่สามารถเข้าใจง่ายโดยนำเสนอผ่านประชาชนที่ได้รับประโยชน์เป็นผู้นำเสนอเนื้อหา เพื่อให้เห็นถึงผลงานที่ทำ แล้วประชาชนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง...”

“ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร”

“...ผมคิดว่าเรื่องเหล่านี้ก็ต้องสื่อสารตลอดนะครับว่านโยบายเรามีอะไรบ้างที่ทำอยู่แล้ว มีนโยบายอะไรบ้างที่กำลังจะทำต่อไป ...แล้วก็ผลงานทั้งในอดีตปัจจุบัน สิ่งที่เราคิดเป็นนโยบายหรือทำแผนพัฒนาไปแล้วเนี่ยก็ถือว่าเป็นผลงานเหมือนกัน ในการทำแผน 4 ปีข้างหน้าถึงแม้ว่าเราจะหมดเวลาแต่เราทำแผนพัฒนาของจังหวัดเราไปแล้ว 4 ปี แล้วมีการปรับปรุงทุกปีอะไรเหล่านี้เนี่ยก็ ควรจะต้องสื่อสารเรื่องเหล่านี้ด้วย... การประกวดต่าง ๆ การได้ Ranking ก็นับว่าเป็นผลงานนะครับ...”

“ดร.พิทักษ์สิทธิ์ ชีวรัฐพัฒน์”

“...เลือกผลงานที่โดดเด่น เลือกผลงานที่ประชาชนรับรู้และเห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด สื่อสารผลงานอย่างสม่ำเสมอ สื่อสารผลงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ...ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด เช่น สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมพบปะประชาชน เป็นต้น ...ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคหรือภาษาที่เข้าใจยาก นำเสนอผลงานให้เห็นภาพ ใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหา บอกเล่าเรื่องราว เล่าเรื่องความสำเร็จของผลงานให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน อธิบายว่าผลงานนั้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างไร นอกจากแนวทางข้างต้นแล้ว นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดควรสื่อสารผลงานของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน โดยอาจพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ปัญหาและความต้องการของประชาชน ผลงานของคู่แข่ง ...ตัวอย่างแนวทางการสื่อสารผลงานของนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด เช่น จัดทำเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลงานให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย จัดทำรายงานประจำปี เพื่อสรุปผลงานขององค์กร จัดนิทรรศการหรือกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอผลงานให้



ประชาชนได้สัมผัสและเข้าใจได้ง่ายขึ้น จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น วิดีโอ คลิปสั้น อินโฟกราฟิก เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ผลงานผ่านช่องทางต่าง ๆ การสื่อสารผลงานของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพลักษณ์และคะแนนนิยมของผู้สมัคร เนื่องจากผลงานที่เป็นรูปธรรมจะช่วยให้ประชาชนเห็นถึงความสามารถและศักยภาพของผู้สมัครในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาท้องถิ่น...”

“รศ.ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว”

สรุปภาพรวมแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะ ประกอบไปด้วย การประเมินคุณลักษณะของตนเอง โดยเริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง อาจประเมินตั้งแต่ตอนก่อนเข้าสู่ตำแหน่งหรือตอนอยู่ในตำแหน่งก็ได้ จากนั้นจึงนำมาวางแผน เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม จากนั้นจึงพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ ทักษะการพูดในที่สาธารณะ ทักษะการนำเสนอข้อมูล ทักษะการฟังอย่างตั้งใจ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ทักษะการสื่อสารเชิงบวก และทักษะการสื่อสารเฉพาะด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานขององค์กร เป็นการลดข้อด้อยของตนเอง และในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง ว่ามีความสนใจอะไร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม นำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และสุดท้ายจึงวัดผลในสิ่งที่สื่อสารออกไป

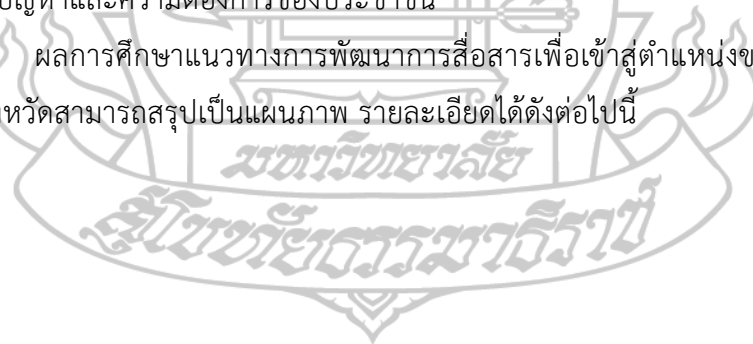
2. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ประกอบไปด้วย การรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็นเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง จากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองของท้องถิ่น และเข้าใจในมุมมองกว้างระดับประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟังแล้วจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทาง และนำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และวัดผล

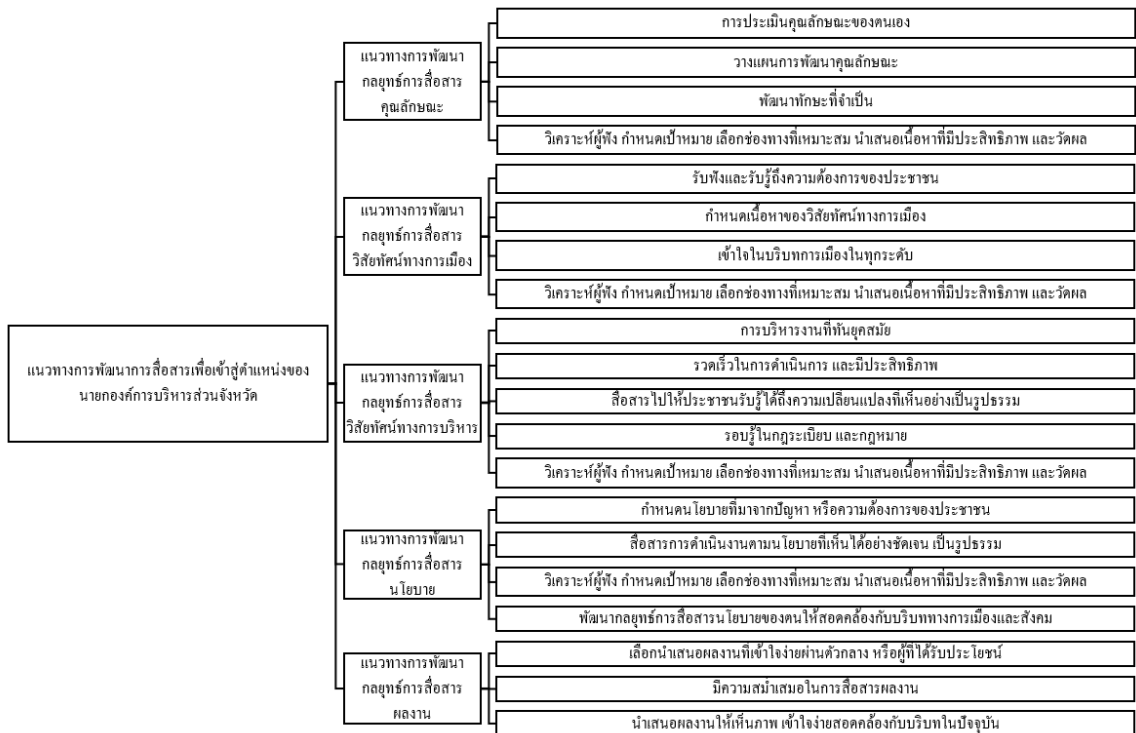
3. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร ประกอบไปด้วย การบริหารงานที่ทันยุคสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ยังคงไม่ทิ้งเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ในขั้นตอนหรือกระบวนการใด โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมายการสื่อสารว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้ฟัง ใช้ช่องทางที่เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่

4. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย ประกอบไปด้วย การเลือกกำหนดนโยบายที่มาจากปัญหา หรือความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานตามนโยบายที่เห็นได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม เช่นเดียวกับการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สิ่งแรกที่ต้องทำคือการวิเคราะห์ผู้รับสารว่าผู้รับสารมีความต้องการอะไร สนใจอะไร และรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร เมื่อเข้าใจผู้รับสารแล้ว จึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสารนโยบายว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้รับสาร โดยอาจกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ หรือกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพ เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เนื้อหาที่สื่อสารควรมีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็นกับผู้รับสาร วัดผลการสื่อสารเพื่อประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่ นอกจากนี้ควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน โดยอาจพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาและความต้องการของประชาชน นโยบายของคู่แข่ง เพื่อให้ประชาชนเข้าใจนโยบายและสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัครได้อย่างเหมาะสม

5. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ประกอบไปด้วย การเลือกนำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านตัวกลาง หรือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลงานนั้น เพื่อสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือ หรือผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอในการสื่อสารผลงานออกไป ต้องมีความต่อเนื่อง โดยเลือกนำเสนอจากผลงานประชาชนรับรู้และเห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด นำเสนอผลงานให้เห็นภาพ อาจใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหาให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน เช่น ปัญหาและความต้องการของประชาชน

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสามารถสรุปเป็นแผนภาพ รายละเอียดได้ดังต่อไปนี้





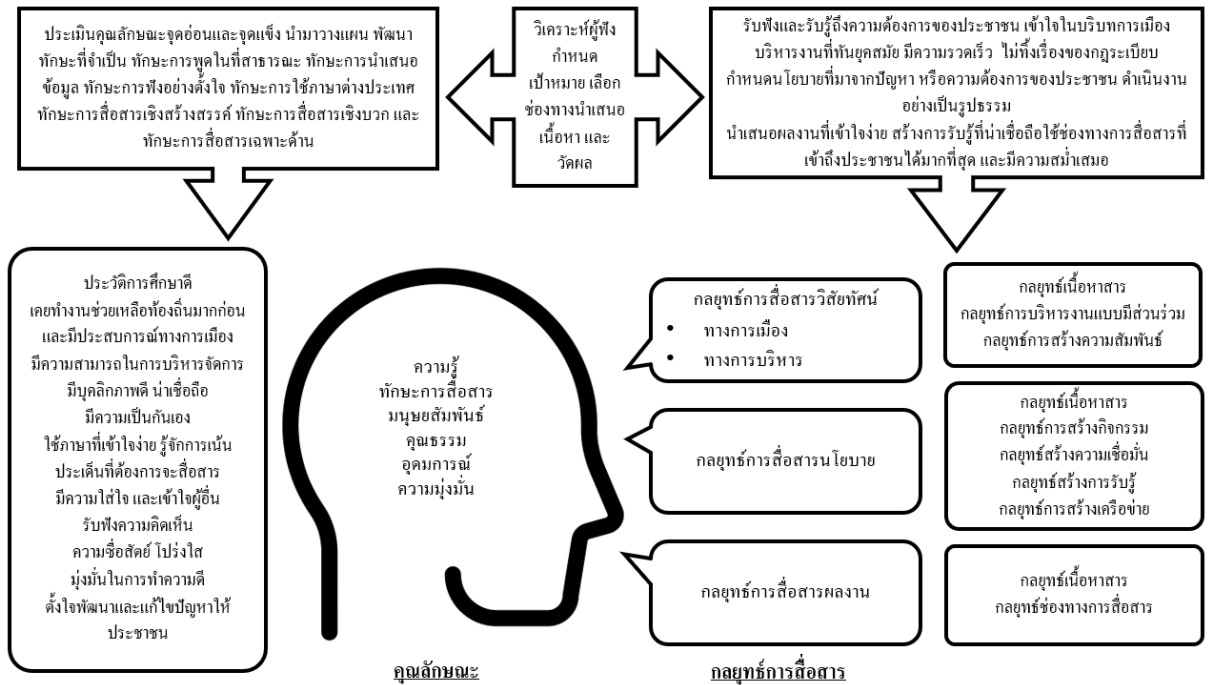
ภาพที่ 4.3 แผนภาพแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

จากแผนภาพที่ 4.3 สามารถสรุปภาพรวมแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้ดังนี้ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะ ต้องมีการประเมินคุณลักษณะของตนเอง โดยเริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง จากนั้นจึงวางแผน และพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ เช่น ทักษะการพูดในที่สาธารณะ ทักษะการนำเสนอข้อมูล และทักษะการสื่อสารเฉพาะด้านอื่น ๆ และในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง ว่ามีความสนใจอะไร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม นำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และสุดท้ายจึงวัดผล แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง เริ่มจากการรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็นเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง จากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน และจะต้องเข้าใจบริบทการเมืองทั้งท้องถิ่น ไปจนถึงต่างประเทศ รวมถึงในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง แล้วจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทาง และนำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และวัดผล แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร ประกอบไปด้วย การบริหารงานที่ทันสมัย

สมัย มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ประชาชนสามารถรับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม และรอบรู้ในเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ในขั้นตอน หรือกระบวนการใด สำนักรวบรวมความคิดเห็นของประชาชน เพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมายการสื่อสาร ใช้ช่องทางที่เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมินประสิทธิภาพการสื่อสาร แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย โดยเลือกกำหนดนโยบายที่มาจากปัญหา หรือความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานตามนโยบายที่เห็นได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม วิเคราะห์ผู้รับสารว่าผู้รับสารมีความต้องการอะไร สนใจอะไร และรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร จากนั้นกำหนดเป้าหมายการสื่อสารนโยบายว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้รับสาร เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เนื้อหา มีความชัดเจน และตรงประเด็น วัตถุประสงค์การสื่อสาร นอกจากนี้ควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน โดยอาจพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาและความต้องการของประชาชน นโยบายของคู่แข่ง เพื่อให้ประชาชนเข้าใจนโยบายและสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัครได้อย่างเหมาะสม และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ต้องเลือกนำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลงานนั้น เพื่อสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือ หรือผ่านช่องทางที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอและต่อเนื่องในการสื่อสารผลงาน เลือกนำเสนอจากผลงานที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมาก การนำเสนอผลงานต้องให้เห็นภาพ อาจใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหาให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน



### ส่วนที่ 4 : องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย



ภาพที่ 4.4 สรุปองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย

จากแผนภาพที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่าจำเป็นต้องประกอบไปด้วยการสื่อสารคุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสาร โดยคุณลักษณะของผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่งต้องประกอบไปด้วยคุณลักษณะในด้านของการมีความรู้ มีประวัติที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มีทักษะในการสื่อสาร เข้าใจและรับฟังผู้อื่น รวมไปถึงการเป็นผู้ที่มีคุณธรรม และความมุ่งมั่น กลยุทธ์การสื่อสารต้องประกอบไปด้วยการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง และการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารที่ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร สร้างความน่าเชื่อถือ กลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของทุกคน กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ การสื่อสารนโยบาย ใช้กลยุทธ์ที่มีความหลากหลาย โดยเน้นนโยบายที่เป็นปัญหาหลัก เพื่อนำเสนอนโยบายไปยังประชาชนให้เกิดภาพตาม ประกอบไปด้วย กลยุทธ์เนื้อหาสาร กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น กลยุทธ์สร้างการรับรู้ กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และการสื่อสารผลงาน ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร เน้นงานที่เกี่ยวกับประชาชน และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงประชาชนให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด จะเกิดขึ้นได้จากการประเมินตนเอง และวางแผน



แผนพัฒนาคุณลักษณะที่สำคัญที่ใช้ในการเข้าสู่ตำแหน่ง เพื่อให้เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของประชาชน และพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองต้องรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน รวมถึงเข้าใจในบริบทการเมืองในทุกระดับ การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารใช้การบริหารงานที่ทันสมัย มีความรวดเร็ว แต่ต้องคู่ขนานไปกับเรื่องของกฎระเบียบ การสื่อสารนโยบายต้องกำหนดนโยบายที่มาจากปัญหาหรือความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง และมีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมจับต้องได้ การสื่อสารผลงานแบบที่เข้าใจง่าย น่าเชื่อถือ ใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอในการที่จะสื่อสารออกไป ทั้งนี้แนวทางในการพัฒนาทั้งการสื่อสารคุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสารจะต้องประกอบด้วย การวิเคราะห์ผู้ฟัง จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายที่จะสื่อสารออกไป เลือกช่องทางนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมและเข้าถึงเป้าหมายได้มากที่สุด และวัดผลการสื่อสาร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยบทที่ 5 เป็นบทที่ว่าด้วยสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) สรุปผลการวิจัย 2) อภิปรายผลการศึกษา และ 3) ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) โดยวิธีการเจาะจง คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน 3 คน จากภูมิลำเนาภาคธุรกิจ, ภูมิลำเนาจากองค์กรภาครัฐ และภูมิลำเนาเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง โดยทั้ง 3 คนต้องได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งไม่ต่ำกว่า 2 สมัย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)

### 1.3 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้วิจัยแบ่งสรุปการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนคือ (1) การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด รายละเอียดดังนี้

#### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

##### 1.1 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ความรู้ 2) ทักษะการสื่อสาร 3) มนุษยสัมพันธ์ 4) คุณธรรม และ 5) อุทิศการณ 6) ความมุ่งมั่น สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

**1.1.1 ความรู้** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประวัติและประสบการณ์ พบว่า **ประวัติ** มีการสำเร็จการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาโทจนถึงระดับปริญญาเอก มีทักษะด้านการบริหารงาน การจัดการกับปัญหาเรื่องต่าง ๆ มีประวัติการทำงานที่ดี เคยช่วยงานพัฒนา ช่วยเหลือท้องถิ่นและสังคมมาก่อน ประสบการณ์ในการช่วยเหลือท้องถิ่นและสังคมนี้เป็นผู้ที่มีความเข้าใจและรู้ปัญหาของคนในพื้นที่ ซึ่งเป็นภาพที่ผู้ได้บังคับบัญชาและประชาชนในพื้นที่ระลึกถึงและจดจำได้ การมีความเข้าใจเรื่องของกฎระเบียบของทางราชการ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารองค์กรได้อย่างราบรื่น ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และดำเนินการตามแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ **ประสบการณ์** การมีประสบการณ์ทางการเมือง เคยได้รับความไว้วางใจในการดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ทางสังคม แสดงให้เห็นถึงการเป็นที่ยอมรับจากประชาชนและสังคม เสริมสร้างภาพของความเข้าใจในการทำงานทางการเมือง และการมีประสบการณ์ในการทำงานมาอย่างยาวนาน เป็นผู้ที่ชาวบ้านคุ้นเคย และนับหน้าถือตา เป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินงานซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่ประชาชนโดยทั่วไป และมีความเข้าใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น

**1.1.2 ทักษะการสื่อสาร** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย **บุคลิกภาพ** โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแสดงให้เห็นถึงการมีบุคลิกภาพดี เหมาะสม ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรม มารยาทที่ดีต่อประชาชนและผู้ร่วมงาน มีความเคารพต่อผู้อื่น ท่าทางกระฉับกระเฉง พร้อมในการทำงาน การพูดจาฉะฉานชัดถ้อยชัดคำ แสดงถึงความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการดำเนินงาน มีการกระทำที่ชัดเจน เปิดเผย จริงใจไม่มีเรื่องปกปิดต่อผู้อื่น แสดงออกถึงความรับผิดชอบ และมีความน่าเชื่อถือในการพัฒนาจังหวัด ไม่ถือตัว เข้าถึงง่าย เพื่อสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์

ที่ดีต่อประชาชน ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงการเป็นบุคลสาธารณะ **ทักษะการเจรจา** มีการปรับใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ประชาชนและผู้ร่วมงานสามารถเข้าใจและสื่อถึงประเด็นที่ต้องการได้อย่างชัดเจน ทำให้ประชาชนไว้วางใจเพราะเข้าใจในประเด็นที่สื่อสาร มีทักษะการนำเสนอและการวิเคราะห์ มีความสามารถในการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนและน่าสนใจ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจได้ สร้างความเข้าใจด้วยการพูดเน้นย้ำในประเด็นสำคัญ เพื่อช่วยให้ข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารนั้นถูกต้องและไม่สับสน และ **ทักษะการโน้มน้าวใจ** การพูดคุยสนทนาเพื่อสร้างความสนิทสนมกับประชาชนผ่านการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็น รวมถึงการแสดงความคิดเห็น เรื่องที่ผู้อื่นต้องการจะบอกเล่า การแสดงความรู้สึกแบบมีส่วนร่วมกับความเป็นอยู่และปัญหาของคนในพื้นที่ เสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างเป็นกันเอง การแบ่งปันความรู้สึกซึ่งแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจและความเข้าใจปัญหา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของคนในพื้นที่

**1.1.3 มนุษยสัมพันธ์** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย **การเข้าใจผู้อื่น** เป็นผู้ที่เข้าใจความต้องการของประชาชน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจที่จะเรียนรู้และเข้าใจในปัญหา ไม่เพียงแค่ว่ารับทราบในตัวประเด็น แต่พยายามที่จะเข้าใจความซับซ้อนของปัญหาและความต้องการที่ซ่อนอยู่ ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้งในการกำหนดแนวทางดำเนินงาน พยายามเปิดรับความคิดเห็นและร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อประโยชน์ส่วนรวม มีความเข้าใจในความต่างและความหลากหลาย ยอมรับและปรับตัวต่อความหลากหลายทั้งทางวัฒนธรรม ศาสนา และมุมมองที่แตกต่างกัน แสดงถึงการให้ความเสมอภาคตามระบอบประชาธิปไตย ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วม รวมไปถึงการสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองและรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างกัน การเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นการช่วยให้มีกำลังใจและส่งเสริมผู้ร่วมงาน **การเป็นผู้ฟังที่ดี** ให้ความสำคัญความคิดเห็นของผู้อื่น ใช้เวลาและโอกาสในการแสดงความคิดเห็น มีใจที่เปิดกว้าง สามารถให้ประชาชน และผู้ร่วมงานแสดงความคิดเห็น กำหนดแนวทางต่าง ๆ และเสนอแนะปัญหา เพื่อร่วมกันแก้ไข และตอบสนองต่อความต้องการของส่วนรวม ส่งเสริมความร่วมมือ สนับสนุนความคิดที่หลากหลาย และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สามารถให้ทุกคนเข้าพบและปรึกษางานได้ เป็นการเสริมสร้างการพัฒนาและความก้าวหน้าของงาน แสดงออกถึงการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ และการเป็นที่พึ่งพาของผู้อื่น แสดงถึงความรับผิดชอบและให้เกียรติผู้ร่วมงาน

**1.1.4 คุณธรรม** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย **ความซื่อตรง** โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสร้างให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความเป็นคนซื่อสัตย์ และซื่อตรงในการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ เปิดเผยข้อมูลทั้งด้านบวกและลบให้กับสาธารณะ เผยแพร่ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ โปร่งใส ไม่เคยมีเรื่องการทุจริต จนประชาชนเกิดภาพที่ติดตรึงใจให้เป็นตัวแทนที่น่าเชื่อถือ **มุ่งเน้นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม** ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในทุกเรื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และการยึดหลัก**ประโยชน์และความคุ้มค่า** มุ่งเน้นการดำเนินงานหรือโครงการที่สร้างประโยชน์มากที่สุด เป็นประโยชน์ต่อทุกคน และมีประสิทธิภาพที่สุดต่องบประมาณที่ได้รับ มุ่งเน้น

การตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ไม่ใช่จ่ายเกินความจำเป็น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมพัฒนาคนให้เป็นคนดีสู่สังคมในภาพรวม ส่งเสริมการฝึกทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม

**1.1.5 อุดมการณ์** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย **ความตั้งใจแน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง** ซึ่งแสดงออกถึงลักษณะการเป็นผู้นำอย่างแท้จริง และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ไม่เป็นเพียงการทำเพื่อให้ได้คะแนนเสียงตอนเลือกตั้งเพียงเท่านั้น แต่ใส่ใจถึงปัญหาความเป็นอยู่ของประชาชน ให้ความสำคัญและเข้าใจในการทำงานร่วมกับประชาชน **ความเสมอภาคของประชาชน** เป็นการให้ความสำคัญของทุกคนตามระบอบประชาธิปไตย เน้นความเท่าเทียมของสิทธิและเสรีภาพ โดยไม่แบ่งแยกความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม หรือ เศรษฐกิจ สนับสนุนการมีส่วนร่วมเพื่อให้ทุกคนช่วยตัดสินใจ และการ**ทำให้ดีที่สุด** ไม่ว่าตนจะอยู่ในตำแหน่งใด หรือเวลาใด มุ่งเน้นถึงเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงานอย่างตั้งใจในการพัฒนาจังหวัด และแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชน

**1.1.6 ความมุ่งมั่น** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย **แน่วแน่ในการทำงานเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย** การดำเนินงานจะมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่หลีกเลี่ยงปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ และดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นส่วนช่วยกระตุ้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน โดยนายองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความต้องการให้เกิดการพัฒนา และการรับดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย เกิดประโยชน์กับประชาชนในส่วนรวมสูงสุด

**1.2 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายองค์การบริหารส่วนจังหวัด**

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ 2) กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และ 3) กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

**1.2.1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์** ประกอบด้วย **กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร และช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์**

**กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง** มีสาระสรุปผล ประกอบด้วย **ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ในด้านลักษณะของผู้ส่งสาร** เนื่องจากนายองค์การบริหารส่วนจังหวัดทุกท่านมีประสบการณ์ในการทำงานอย่างยาวนาน มีลักษณะหรือปัจจัยที่เหมาะสมคือ มีความน่าเชื่อถือ ได้รับความไว้วางใจ มีความคล่องแคล่ว บุคลิกภาพดี มีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ และมีความเชี่ยวชาญงานท้องถิ่น ซึ่งทำให้สามารถนำงานหรือโครงการที่ดำเนินการมาต่อยอดพัฒนาเป็นวิสัยทัศน์ทางการเมืองให้ดียิ่งขึ้นไปได้ ประกอบกับความต่อเนื่องในการดำรงตำแหน่ง การบริหารงาน ประชาชนจึงเกิดการยอมรับและไว้วางใจ นอกจากนี้นี้ยังใช้**กลยุทธ์เนื้อหาสารในการใช้เนื้อหาของสาร** ที่สร้างให้เกิดการจดจำ กระตุ้นความสนใจเพื่อให้เกิดการชักจูงใจของประชาชนโดยนำเสนอเนื้อหา



ของปัญหาที่เป็นปัญหาหลักของประชาชน และเป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการ เช่น ปัญหาเรื่องที่ดินทำกิน รวมไปถึงการแถลงเนื้อหาวิสัยทัศน์ทางการเมืองในภาพกว้าง ไม่หลงลึกไปในเรื่องใดเพียงเรื่องเดียว ช่วยให้เนื้อหา มีความหลากหลายและทำให้เกิดความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ตามสถานการณ์

**กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร** มีสาระสรุปผล ประกอบด้วย การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่สร้างให้เกิดภาพของการใช้**กลยุทธ์การบริหารงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก** หรือการเน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ทำประโยชน์สูงสุดให้เกิดต่อส่วนรวม ไม่ยึดติดที่ตนเองเป็นหลัก ซึ่งมีผลต่อการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร แสดงให้เห็นได้ถึง การมีทิศทางในการดำเนินงาน และเป้าหมายที่ชัดเจน และใช้**กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม** ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เน้นความร่วมมือและการเข้าใจร่วมกันในการตัดสินใจเพื่อดำเนินงานโดยผู้ได้บังคับบัญชา ร่วมตัดสินใจ เป็นการส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารภายในองค์กร ผู้ได้บังคับบัญชาสามารถนำเสนอ แบ่งปันความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การ**เปิดกว้างกับกับใช้เทคโนโลยีใหม่** นำเทคโนโลยีใหม่เข้าสู่กระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้นไป รวมถึงสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ และดำเนินงานแบบบูรณาการ ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการช่วยคิดและตัดสินใจในดำเนินงาน รวมไปถึงการลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน

**ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์** มีสาระสรุปผล ประกอบด้วย **ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ได้บังคับบัญชา** ซึ่งเป็นการจัดการช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารที่เหมาะสม สำหรับการสื่อสารและสอดคล้องกับเป้าหมายในการเข้าถึงข้อมูล การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ในส่วนของการประชุมประจำไตรมาส ประจำเดือน และการประชุมย่อยแล้วแต่ตามภารกิจของงาน แบ่งตามความเหมาะสมของแต่ละจังหวัด และการเปิดโอกาสให้มีการเข้าพบพูดคุยเพื่อปรึกษากับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยตรง การสื่อสารผ่านหนังสือราชการภายในองค์กร มีการใช้ทั้งเป็นช่องทางหลักในการสั่งการ แจ้งข่าวสาร และการเลือกใช้เป็นกรณีไปแล้วแต่ความเหมาะสม การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ มีการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งมีการแบ่งตามกลุ่มของหน่วยงาน ตามระดับชั้นการบังคับบัญชา หรือตามภารกิจงาน **ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน** การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ด้วยการลงพื้นที่พบปะประชาชน การเคาะประตูไปแต่ละบ้าน เพื่อรับฟังปัญหาของประชาชนในพื้นที่ และกระชับความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายการใช้สื่อเคลื่อนที่ เช่น การใช้รถแห่ และขบวนแห่หาเสียงในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งใช้รถแห่ในการแจ้งข่าวสารทั่วไปให้ประชาชนทราบตามแหล่งชุมชน การใช้สื่อกลางแจ้ง มีการใช้ป้ายหาเสียงในช่วงของการเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งเพื่อประกาศข่าวสารให้ประชาชนรับทราบถึงวิสัยทัศน์ที่ต้องการนำเสนอ และการใช้สื่อใหม่ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสารมวลชน แสดงถึงการเลือกใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงให้ได้มากที่สุด

**1.2.2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย** มีสาระสรุปผล ประกอบด้วย ในทุกจังหวัดเน้นนโยบายที่เป็นปัญหาหลัก หรือเป็นปัญหาใหญ่ในพื้นที่ เป็นการ**ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร** ที่กระตุ้นความสนใจของประชาชน เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน เป็นการนำเสนอผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการแก้ไขปัญหา โน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือและแรงจูงใจในการที่จะช่วยเหลือและสนับสนุน และมีการ**ใช้กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม** นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุ่งเน้นนโยบายที่สร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบท วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เพื่อสร้างให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชน นอกจากนี้ยังมีการ**ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร** สื่อสารนโยบายในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อปรับเปลี่ยนตามบริบทและการดำเนินงานได้คล่องตัว รวมไปถึงการ**ใช้กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น** หากเรื่องใดหรือโครงการใดมีการวิเคราะห์ทรัพยากรที่มีรวมถึงกรอบเวลาแล้วว่าดำเนินการไม่ได้ หรือพิจารณาแล้วว่ามีโอกาสที่จะไม่สามารถดำเนินการจนแล้วเสร็จ ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์ออกไปก่อน เพราะจะขาดความน่าเชื่อถือ แสดงให้เห็นถึงการวางแผนในการดำเนินการ และบริหารความคาดหวังของประชาชน **กลยุทธ์การสร้างการรับรู้** ด้วยการลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำเสนอเนื้อหาของตน วางแผนการพบปะประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึง ใช้สื่อในการช่วยประชาสัมพันธ์ไปยังทุกกลุ่มเป้าหมาย และ**กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย** เพื่อเพิ่มความสามารถในการสื่อสารออกไป มีการจัดเตรียมทีมงานในการลงพื้นที่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความสนิทสนม และใช้งานเครือข่ายในการที่จะสื่อสารนโยบายออกไปให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

**1.2.3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน** มีสาระสรุปผล ประกอบด้วย การ**ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร** การเลือกเรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน เน้นงานที่เกี่ยวกับประชาชนเป็นหลัก ซึ่งเป็นการศึกษาจากความต้องการของประชาชนในพื้นที่ก่อน จากนั้นจึงนำมาสร้างเป็นเนื้อหาสารที่มีความน่าสนใจ และพูดถึงมากในขณะนั้น และ**กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร** เพื่อสื่อสารผลงานของตนให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยใช้ช่องทางการสื่อสารดั้งเดิม การสื่อสารแบบเผชิญหน้าลงพื้นที่เพื่อพูดคุยกับประชาชนด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ และใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นสาธารณะ เช่น เฟซบุ๊กของตนเอง และเฟซบุ๊กขององค์กรเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย สามารถนำเสนอ และโต้ตอบกับความคิดเห็นของประชาชนได้รวดเร็ว และการเข้าร่วมงานต่าง ๆ เป็นการนำเสนอตนเองเพื่อสร้างโอกาสให้การสื่อสารกับประชาชน และนำเนื้อหาผลงานพูดผนวกไปให้ประชาชนรับทราบ

### **1.3 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด**

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ และ 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

**1.3.1 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การประเมินคุณลักษณะของตนเอง โดยเริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง อาจประเมินตั้งแต่ตอนก่อนเข้าสู่ตำแหน่งหรือตอนอยู่ในตำแหน่งก็ได้ จากนั้นจึงนำมาวางแผน เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม จากนั้นจึงพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ ทักษะการพูดในที่สาธารณะ ทักษะการนำเสนอข้อมูล ทักษะการฟังอย่างตั้งใจ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ทักษะการสื่อสารเชิงบวก และ ทักษะการสื่อสารเฉพาะด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานขององค์กร เป็นการลดข้อด้อยของตนเอง และในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง ว่ามีความสนใจอะไร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม นำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และสุดท้ายจึงวัดผลในสิ่งที่สื่อสารออกไป

**1.3.2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร** ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน

**แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน จากนั้นจึงนำมา กำหนดเป็นเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง จากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้ จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองของท้องถิ่น และเข้าใจในมุมมองกว้างระดับประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง แล้วจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทาง และนำเสนอ เนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และวัดผล

**แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การบริหารงานที่ทันสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ยังคงไม่ทิ้ง เรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ในขั้นตอน หรือกระบวนการใด โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมาย การสื่อสารว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้ฟัง ใช้ช่องทางที่เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่

**แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การบริหารงานที่ทันสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ยังคง ไม่ทิ้งเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ใน ขั้นตอน หรือกระบวนการใด โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง

กำหนดเป้าหมายการสื่อสารว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้ฟัง ใช้ช่องทางที่เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่

**แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน** มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การเลือกนำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านตัวกลาง หรือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลงานนั้น เพื่อสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือ หรือผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอในการสื่อสารผลงานออกไป ต้องมีความต่อเนื่อง โดยเลือกนำเสนอจากผลงานประชาชนรับรู้และเห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด นำเสนอผลงานให้เห็นภาพ อาจใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหา ให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน เช่น ปัญหาและความต้องการของประชาชน

## 2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นการอภิปรายผล ดังนี้

### 2.1 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ความรู้ 2) ทักษะการสื่อสาร 3) มนุษยสัมพันธ์ 4) คุณธรรม และ 5) อุดมการณ์อภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 2.1.1 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า ประวัติในส่วนของการศึกษาของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีการจบการศึกษาในระดับปริญญาโท กล่าวได้ว่ามีประวัติการศึกษาที่ดี และมีทักษะในด้านการบริหารจัดการ เข้าใจเรื่องของกฎระเบียบของทางราชการ ตีความกฎหมาย และการวางแผนงานเป็นอย่างดี สามารถบริหารองค์กรได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ เป็นผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มการเมืองระดับท้องถิ่นในการผลักดันในการเข้าสู่ตำแหน่ง เป็นที่นับหน้าถือตา และยอมรับของประชาชน นอกจากนี้ยังเคยช่วยงานพัฒนาท้องถิ่นและสังคมมาก่อน จึงทำให้เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความเข้าใจในบริบทของพื้นที่

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agustina Haime , Agustín Vallejo และ Leslie Schwindt-Bayer (2022) เรื่อง ประสบการณ์ของผู้สมัครและความสำเร็จในการเลือกตั้ง โดยทำการเก็บข้อมูลผู้สมัครรับเลือกตั้ง 7 ตำแหน่ง ในช่วงปี 1998 และ 2018 พบว่าประสบการณ์การเมืองก่อนหน้านั้นมีผลต่อความสำเร็จในการเลือกตั้งของผู้สมัครถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับชัยชนะใน

การเลือกก็ตาม โดยพบว่าผู้สมัครที่เข้าร่วมการเลือกตั้งที่ผ่านมาแต่แพ้ จะมีโอกาสมากขึ้นที่จะชนะ เมื่อพวกเขาลงสมัครในการเลือกตั้งในอนาคตสำหรับตำแหน่งที่เหมือนกันหรือตำแหน่งต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้สมัครที่ไม่มีประสบการณ์ในการลงสมัคร เพราะการสร้างเครือข่าย และการได้เป็นที่มองเห็นจากประชาชน ดังนั้น ประสบการณ์การสมัครไม่เพียงแค่ประสบการณ์อยู่ในตำแหน่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะชนะการเลือกตั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะรัตน์ สนแจ้ง (2561) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษากรณิประชาชนกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2562 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของชาวกรุงเทพมหานครกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในปี พ.ศ. 2562 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านนโยบาย ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านพรรคการเมือง และด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง โดยด้านคุณสมบัติที่มีผลมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่พึงของประชาชนได้ มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับประชาชนได้ดี ลงพื้นที่สม่ำเสมอ เป็นผู้มีความสามารถในการสื่อสาร บุคลิกภาพดี และการมีความรู้สูงกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูชาติ เทียบคำ (2561) เรื่อง การตัดสินใจทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 24 มีนาคม 2562 ของชาวบ้านในหมู่บ้านไม้อิงธาร ตำบลศาลากลาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาและวิเคราะห์การตัดสินใจทางการเมืองของชาวบ้านในหมู่บ้านไม้อิงธาร ตำบลศาลากลาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี, ศึกษาและวิเคราะห์สิ่งที่คาดหวังภายหลังจากการเลือกตั้ง และวิเคราะห์ปัญหาที่ชาวบ้านต้องการให้รับแรงในการแก้ไขพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจทางการเมืองด้านภาพลักษณ์ที่ชาวบ้านเห็นด้วยที่สุดว่าควรมีคือ ประชาชนมีความต้องการผู้สมัคร ส.ส. คือผู้สมัครที่มีความสุจริต ยุติธรรม ยึดมั่นในหลักประชาธิปไตย ไม่ควรมีความย่อหย่อนต่อหน้าที่ หลังจากได้รับการเลือกตั้งไปแล้ว รองลงมาคือ พรรคการเมืองต้องคัดสรรผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถมากกว่ากลุ่มเครือญาติหรือเพื่อนพ้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิ่งทง สิ่งทง (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีการสร้างผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในพื้นที่เป็นที่ประจักษ์ ได้รับการยอมรับและไว้วางใจ และกล่าวถึงพฤติกรรมที่สร้างความน่าเชื่อถือของผู้นำที่ต้องแสดงถึงการมีทักษะการสื่อสารที่ชำนาญ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมและการแสดงถึงพฤติกรรมความจริงใจ และเป็นบุคคลสาธารณะที่เข้าถึงได้

ข้อค้นพบด้านความรู้ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง เป็นผู้ที่มีความรู้ดี มีความสามารถ ชำนาญในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ และมีความเข้าใจอย่าง



ลึกซึ้งในเรื่องกฎหมายและระเบียบของทางราชการ เป็นที่พึงของผู้ร่วมงานได้ การมีประสบการณ์ทางการเมืองและการทำงานอย่างยาวนาน และการช่วยเหลือเป็นผู้ที่ชาวบ้านคุ้นเคย และนับหน้าถือตา

ผู้วิจัยค้นพบว่าความรู้ ในส่วนของประวัติและประสบการณ์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ด้านประวัติถิ่นกำเนิดของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่มีผลต่อการเข้าสู่ตำแหน่ง หากผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งมีประสบการณ์ ผลการดำเนินงานก่อนการเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็นที่ประจักษ์สู่สายตาประชาชน โดยเฉพาะงานช่วยเหลือท้องถิ่นจะเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจ แม้จะไม่ได้เป็นคนที่มิถิ่นกำเนิดในจังหวัดนั้น ๆ หรือมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน ก็สามารถเป็นที่ยอมรับและได้รับเลือกเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งได้

### 2.1.2 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับทักษะการสื่อสาร

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบไปด้วย บุคลิกภาพ ทักษะการเจรจา และทักษะการโน้มน้าวใจ โดยในส่วนของบุคลิกภาพของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีบุคลิกภาพดี เหมาะสม มีความเคารพต่อผู้อื่น ท่าทางกระฉับกระเฉง พร้อมในการทำงาน การพูดจาฉะฉานชัดถ้อยชัดคำ มีการกระทำที่ชัดเจน เปิดเผย ไม่ถือตัว เข้าถึงง่าย มีทักษะการเจรจาในการปรับใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย มีทักษะการนำเสนอและการวิเคราะห์นำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนและน่าสนใจ สร้างความเข้าใจด้วยการพูดเน้นย้ำในประเด็นสำคัญ และทักษะการโน้มน้าวใจ โดยสร้างความสนิทสนมกับประชาชนผ่านการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็น แสดงความรู้สึกแบบมีส่วนร่วมกับความเป็นอยู่และปัญหา มีความใส่ใจและความเข้าใจปัญหา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของคนในพื้นที่

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตติมา ศิริเมธาวิ (2560) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดลพบุรี: ศึกษาวิจัยในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2560 โดยศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดลพบุรี,ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกตั้ง และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจเลือกตั้ง พบว่า ประชาชนในจังหวัดลพบุรีอาศัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ปัจจัยด้านนโยบายเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด ปัจจัยด้านบริบททางการเมือง และปัจจัยด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร จากมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความซื่อสัตย์สุจริต ระดับการศึกษาของผู้สมัคร เป็นบุคคลที่นำความเจริญมาสู่ท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ประชาชนพึงพาได้ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติกาล แก้วเกิดมี (2562) เรื่อง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน : ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2547-2551 โดยศึกษาถึงบริบททางการเมือง

ที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายอภिरักษ์ โกษะโยธิน ในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 22547-2551, กระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้ว่ากทม. และกระบวนการสื่อสารทางการเมือง พบว่า นายอภिरักษ์เป็นผู้ที่มีบุคลิกสง่างาม สุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน สื่อสารด้วยท่าทีที่สุภาพ สุขุม ทั้งคำพูด กริยาท่าทางและการแสดงออก ไม่เคยแสดงความก้าวร้าว สื่อสารด้วยภาษาท่าทางที่สอดคล้องกัน เลือกล้อยคำ ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย ไม่พูดจาเสียดสีประชดประชัน เน้นเนื้อหาสาระที่เข้าถึงเป้าหมาย อย่างตรงไปตรงมา นอกจากนี้ นายอภिरักษ์ยังสามารถปรับตัวให้เข้ากับระบบสังคมวัฒนธรรม ของชาว กทม. และข้าราชการ กทม. ได้เป็นอย่างดี นับเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นของผู้สื่อสารที่มี ศักยภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ John Brown, Pat Gaudin and Wendy Moran. (2013) ได้กล่าวว่า ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีหน้าที่ในหน่วยงานให้บริการสาธารณะจำเป็นต้องมีทักษะในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนเพื่อให้ความรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติ สร้างคุณภาพในการสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) มีความสามารถในการสื่อสารที่มีข้อมูลถูกต้องชัดเจนทั้งทักษะการเขียน และการพูด 2) ความสามารถในการเข้าใจสถานการณ์ที่ซับซ้อนอย่างรวดเร็วสามารถถอดรหัส ถ่ายทอดความหมายและประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนด้วยถ้อยคำและประโยคที่เข้าใจได้ง่าย 3) ความสามารถในการเข้าใจนโยบายและวัตถุประสงค์ในการกิจองค์กรปกครองท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง และอธิบายถ่ายทอดสู่ประชาชนได้ 4) ความตื่นตัวและเท่าทันสถานการณ์ทางการเมือง 5) มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์งานปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อค้นพบด้านทักษะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ ตำแหน่งเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี มีความกระฉับกระเฉง การพูดจาชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ แต่เป็นกันเอง กับประชาชน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนไว้วางใจ มีความรู้สึกและมีส่วนร่วมกับความ เป็นอยู่ และปัญหาของคนในพื้นที่

ผู้วิจัยค้นพบว่าทักษะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความ แตกต่างกันในส่วนของทักษะการโน้มน้าวใจ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่ อยู่ในตระกูลนักการเมือง จะมีความสามารถที่โดดเด่นในการพิจารณาเลือกพูดคุยหรือนำเสนอ เรื่องที่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนและสังคม ทำให้เกิดความน่าสนใจ กล่าวได้ว่าเป็นผู้ที่ มีการติดตามเหตุการณ์ และวางแผนในการสื่อสารอยู่อย่างสม่ำเสมอ นายกองค์การบริหารส่วน จังหวัดที่มีภูมิหลังจากผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ มีความเข้าใจในกระบวนการรับสารของชาวบ้านหรือ ประชาชน มีความสามารถในการรับรู้ว่าต้องเน้นย้ำเรื่องใดในการสื่อสารกับประชาชน อะไรเป็น ประเด็นสำคัญ และเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องรู้ จากประสบการณ์ความเป็นชาวบ้านของตน และนายก องค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังจากองค์กรภาครัฐ จะเป็นผู้ที่เน้นพูดคุยเฉพาะในหัวข้อหรือ เรื่องที่จำเป็นเท่านั้น ไม่มีการพูดคุยออกนอกประเด็น เพื่อป้องกันการตีความที่ผิดพลาดของผู้ฟัง

### 2.1.3 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบไปด้วย การเข้าใจผู้อื่น และการเป็นผู้ฟังที่ดี โดยในส่วนของ การเข้าใจผู้อื่นของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นผู้ที่เข้าใจความต้องการของประชาชน ใส่ใจที่จะเรียนรู้และเข้าใจในปัญหา ไม่เพียงแคร์รับทราบในตัวประเด็น แต่พยายามที่จะเข้าใจ ไม่ได้เอาตนเองเป็นที่ตั้ง เปิดรับความคิดเห็นและร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อประโยชน์ในภาพรวม มีความเข้าใจในความต่างและความหลากหลาย ยอมรับและปรับตัวต่อมุมมองที่แตกต่างกัน แสดงถึงการให้ความเสมอภาคตามระบอบประชาธิปไตย ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วม การเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา ให้มีกำลังใจและส่งเสริมผู้ร่วมงาน การเป็นผู้ฟังที่ดี ให้ความสำคัญความคิดเห็นของผู้อื่น โดยให้เวลาและโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ด้วยใจที่เปิดกว้าง ต่อทั้งประชาชนและผู้ร่วมงาน ให้สามารถร่วมกำหนดแนวทาง เสนอแนะปัญหา เพื่อร่วมกันแก้ไข และตอบสนองต่อความต้องการของส่วนรวม สามารถให้ทุกคนเข้าพบและปรึกษางานได้ แสดงออกถึงการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ และการเป็นที่พึ่งพาของผู้อื่น อย่างมีความรับผิดชอบและให้เกียรติผู้ร่วมงาน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Colin Scott และ Mike Medeiros (2020) เรื่อง บุคลิกภาพและอาชีพทางการเมือง : บุคลิกภาพประเภทใดที่มีแนวโน้มจะลงสมัครรับตำแหน่งและได้รับเลือก? โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและอาชีพทางการเมือง จากการสำรวจข้อมูลของผู้สมัครเลือกตั้งในระดับเทศบาลจากในแคนาดา และประชาชน เกี่ยวกับบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับการลงสมัครรับเลือกตั้งและความสำเร็จในการเลือกตั้ง พบว่าถ้าเทียบนักการเมืองกับประชาชนทั่วไป และระหว่างผู้ที่ชนะกับผู้ที่มีผลที่ต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประชาชนทั่วไป นักการเมืองมีระดับบุคลิกภาพที่ชอบเข้าสังคม ช่างเจรจา และเข้ากับคนอื่นได้ง่าย, มีการเปิดใจรับประสบการณ์หรือสิ่งใหม่ รับฟังผู้อื่น และมีความมั่นคงทางอารมณ์ที่สูงกว่าประชาชนทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย ยางสวย (2565) เรื่องการประเมินภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยที่ศึกษา 1) ระดับการประเมินภาวะผู้นำของ ผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี และ 2) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า ประชาชนต้องการให้ ผู้บริหารท้องถิ่นให้ความสำคัญกับประชาชนเท่าเทียมกัน ผู้บริหารท้องถิ่นควรลงพื้นที่ใกล้ชิดประชาชน เพื่อรับทราบปัญหา และควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมกับองค์การบริหารส่วนตำบลให้มากกว่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ราเชนทร์ นพณัฐวงศ์ (2561) เรื่อง ภาวะผู้นำในการบริหารงานปกครองส่วนท้องถิ่นกรณีศึกษา : องค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี โดยศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อภาวะผู้นำในการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำในการบริหารงานของผู้บริหารองค์การ

บริหาร ส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า บุคลากรมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ด้านการสร้างจุดยืนและอุดมการณ์แนวของตนเอง การสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ครบถ้วน การฝึกฝนความอดทนอดกลั้น และพัฒนามนุษยสัมพันธ์ ศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ และการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณา และตัดสินใจ รวมถึงการให้คำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

ข้อค้นพบด้านมนุษยสัมพันธ์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งเป็นผู้ที่เข้าใจความต้องการของประชาชน ใส่ใจที่จะใช้เวลาเรียนรู้ และเข้าใจในปัญหาของคนในพื้นที่ มีความรู้สึกและมีส่วนร่วมกับความเป็นอยู่และปัญหาของคนในพื้นที่ เข้าใจในความต่างและความหลากหลาย ยอมรับและปรับตัวต่อมุมมองที่แตกต่างกัน มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ รวมไปถึงการมีใจที่เปิดกว้าง เป็นผู้ฟังที่ดีทั้งจากประชาชน และจากผู้ใต้บังคับบัญชา

ผู้วิจัยค้นพบว่ามนุษยสัมพันธ์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความแตกต่างกันในส่วนของการเข้าใจผู้อื่น นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมืองนั้นมีความเข้าใจในความแตกต่างและความหลากหลายของประชาชนในพื้นที่ เนื่องจากในจังหวัดที่ได้ดำรงตำแหน่งนั้นมีความแตกต่างและหลากหลายทั้งทางชาติพันธุ์ ทางภาษา วัฒนธรรม หรือแม้แต่ทางฐานะ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจึงต้องมีความเข้าใจในประเด็นนี้อย่างมาก เพื่อที่จะสามารถดำเนินงานได้อย่างไม่มีปัญหา ส่งผลให้นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นผู้ที่มีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน พร้อมปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ เข้าใจในเรื่องของสิทธิและความเสมอภาค และเป็นผู้ที่เน้นดำเนินการทุกเรื่องอย่างเปิดเผยให้ประชาชนรับรู้อย่างทั่วถึง

#### **2.1.4 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรม**

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรมของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบไปด้วย ความซื่อตรง การมุ่งเน้นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม และการยึดหลักประโยชน์และความคุ้มค่า โดยในส่วนของความซื่อตรงของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสร้างให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความเป็นคนซื่อสัตย์ และซื่อตรงในการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ มีความเปิดเผย เผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนรับทราบ และมีความโปร่งใส จนประชาชนเกิดภาพที่ติดตรึงใจให้เป็นตัวแทนที่น่าเชื่อถือ การมุ่งเน้นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และการยึดหลักประโยชน์และความคุ้มค่า มุ่งเน้นการดำเนินงานหรือโครงการที่สร้างประโยชน์มากที่สุดและเป็นประโยชน์ต่อทุกคน มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ไม่ใช่จ่ายเกินความจำเป็น ส่งเสริมการเป็นคนดีที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม

สออดคล้องงานวิจัยของ Viktor Orri Valgarðsson (2020) เรื่อง นักการเมืองที่ดี และความไว้วางใจทางการเมือง : ช่องว่างที่แท้จริงในการเมืองอังกฤษ? โดยศึกษาจากกลุ่มประชาชน, นักการเมือง, และนักข่าวในประเทศอังกฤษ เพื่อสำรวจว่ากลุ่มใดที่มีแนวโน้มที่จะคาดหวังให้นักการเมืองแสดงออกตามเกณฑ์คุณลักษณะไหนใน 3 เกณฑ์นี้ ความสามารถ, ความซื่อสัตย์, และความเป็นจริง พบว่าทุกกลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดกับเกณฑ์ความซื่อสัตย์ สออดคล้องกับงานวิจัยของ สุขานุช พันธนิยะ และฮาซันอักกรม ดงนะเต็ง (2563) เรื่อง คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรังจังหวัดตรัง ที่มีต่อคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านคุณธรรมและจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านบุคลิกภาพ ด้านประสบการณ์ในการทำงาน และด้านการบริหารกับด้านวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน สออดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญลักษณ์ เอียดแก้ว (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ กรณีศึกษา : ตำบลสะทอน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ของประชาชน ตำบลสะทอน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา 2) ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์จำแนกตามเจนเนอร์เรชั่น และ 3) เพื่อศึกษาความสนใจข่าวสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ของประชาชน ตำบลสะทอน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา ในภาพรวม อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ซื่อสัตย์สุจริต รองลงมาคือ มีระบบระเบียบในการทำงาน ตัดสินใจเด็ดขาด มอบหมายงานอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างแรงบันดาลใจ มีวิสัยทัศน์ และสื่อสาร สออดคล้องกับ แสงชัย อภิชาติธนวัฒน์ (2559) กล่าวถึงว่า ธรรมภิบาล เป็นกระแสที่ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชนให้ความสนใจและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์กร ด้วยหลักธรรมาภิบาล ซึ่งประกอบด้วยหลักสำคัญ 6 ประการคือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักสำนึกรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่าเป็นความสอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกและความต้องการของสาธารณะชน และสาธารณะชนก็มีความคาดหวังให้ทุกภาคส่วนมีการปฏิบัติอย่างแท้จริง มิใช่เป็นเพียงแต่กระแสนิยม

ข้อค้นพบด้านคุณธรรมของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบด้วย ความซื่อตรง ซื่อสัตย์ โปร่งใส และการยึดหลักประโยชน์และความคุ้มค่า มุ่งเน้นการดำเนินงานหรือโครงการที่สร้างประโยชน์มากที่สุด เป็นประโยชน์ต่อทุกคน และมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ยึดหลักของความคุ้มค่า และเชื่อมั่นในการทำ ความดี พัฒนาคนให้เป็นคนดีสู่สังคมในภาพรวม

ผู้วิจัยค้นพบว่าคุณธรรมของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวยึดประกอบธุรกิจ เน้นหลักของความคุ้มค่าในการดำเนินงานเรื่องต่าง ๆ มีความเข้าใจใน



เรื่องของทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด และต้องมีการวางแผน เพื่อบริหารจัดการ และงบประมาณที่นำมาใช้จ่ายต้องไม่ใช้เกินความจำเป็น ยึดหลักความเหมาะสม เปรียบเสมือนการดำเนินกิจการที่ต้องคำนึงถึงผลกำไร แต่ในภาพของการบริหารงานภาครัฐ ผลกำไรคือความสุขและประโยชน์ของประชาชน ส่วนนายกองคการบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมืองเน้นการพูดแล้วต้องทำได้ ต้องเป็นผู้ที่มีคุณธรรม พูดสิ่งใดแล้วต้องทำสิ่งนั้น หากรับปากประชาชนในเรื่องใดก็จะต้องหาทางดำเนินการให้ได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ไม่ใช่เพียงการพูดเพื่อหาเสียงเท่านั้น

### 2.1.5 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับอุดมการณ์

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับอุดมการณ์ของนายกองคการบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบไปด้วย ความตั้งใจแน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง ความเสมอภาคของประชาชน และการทำให้ดีที่สุด โดยในส่วนของความตั้งใจแน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริงของนายกองคการบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองคการบริหารส่วนจังหวัดแสดงออกถึงความตั้งใจในการพัฒนาท้องถิ่น ไม่เป็นเพียงการทำเพื่อให้ได้คะแนนเสียงตอนเลือกตั้งเพียงเท่านั้น แต่ใส่ใจถึงปัญหา และให้ความสำคัญในการทำงานร่วมกับประชาชน ความเสมอภาคของประชาชน ได้ให้ความสำคัญของทุกคนตามระบอบประชาธิปไตย เน้นความเท่าเทียมของสิทธิและเสรีภาพ โดยไม่แบ่งแยก ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม และการทำให้ดีที่สุด มุ่งเน้นถึงเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงาน และตั้งใจในการพัฒนาจังหวัด รับผิดชอบต่อสังคมและประชาชน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนุก สิงห์มาตร (2560) เรื่อง คุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรในศตวรรษที่ 21 โดยศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์, ปัจจัยที่ทำนายภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้นำที่จะสามารถพัฒนา คุณลักษณะภาวะผู้นำได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องมีปัจจัยคุณลักษณะดังต่อไปนี้ คือ การรอบรู้ มีอุดมการณ์ เท่าทัน กล้าตัดสินใจ มีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ สร้างทีม และให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธ์ เกาทอง (2562) เรื่อง คุณลักษณะของนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ในเขตเทศบาลเมืองควนลัง อำเภอกาบัง จังหวัดสงขลา โดยศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลเมืองควนลังที่มีต่อคุณลักษณะของนายกเทศมนตรี ในด้านวิสัยทัศน์ ด้านภาวะผู้นำด้านคุณธรรมและจริยธรรม และด้านเฉพาะส่วนบุคคล รวมไปถึงความพึงพอใจและความคิดเห็นของประชาชนในความต้องการนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ พบว่า ประชาชนมีความต้องการผู้นำที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประพฤติตนและปฏิบัติตนที่ดีซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหลักสำคัญในการบริหารและพัฒนาองค์กร ต้องที่เป็นผู้นำที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารและการพัฒนาพื้นที่ตำบลควนลัง มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์สุจริต

ยุติธรรม มีความเสมอภาค และสำคัญที่สุดคือเข้าใจในปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างถูกต้อง มุ่งมั่นในการแก้ไข เพื่อประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่

ข้อค้นพบด้านอุดมการณ์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบด้วย ความตั้งใจแน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง ให้ความสำคัญ ของทุกคนตามระบอบประชาธิปไตย เน้นความเท่าเทียมของสิทธิและเสรีภาพ และการทำให้ดีที่สุดในการพัฒนาท้องถิ่น

### 2.1.6 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับความมุ่งมั่น

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับความมุ่งมั่นของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความมุ่งมั่นแน่วแน่ในการทำงานเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่หลีกเลี่ยงปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ และ ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความต้องการให้เกิดการพัฒนา และการริบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้ประสบความสำเร็จเกิดประโยชน์กับประชาชนใน ส่วนรวมสูงสุด

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญาพัชญ์ สรณวัชรเอกากุล (2566) เรื่อง คุณลักษณะ ผู้นำท้องถิ่นที่พึงประสงค์กับการบริหารการพัฒนาชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาพฤติกรรม บุคลิกภาพของผู้นำท้องถิ่นที่ประสบผลสำเร็จในการบริหารการพัฒนาชุมชน, ภาวะผู้นำและระบบวิธี คิดของผู้นำท้องถิ่นที่ประสบผลสำเร็จในการบริหารการพัฒนาชุมชน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้นำท้องถิ่นกับการบริหารการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มั่นคง ยั่งยืน พบว่า ผู้นำ ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการเสียสละส่วนตัว ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม และจิตสาธารณะที่ เข้มแข็งเพื่อรับใช้และตอบสนองความต้องการของชุมชน สอดคล้องกับหลักการ เป็นพลเมืองในวิถีระบอบประชาธิปไตย โดยสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่กล่าวถึงความ เป็นพลเมืองในวิถีระบอบประชาธิปไตย มีหลักพื้นฐานสำคัญอยู่ 3 ประการ ดังนี้ เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เคารพสิทธิ เสรีภาพ และกฎกติกาของสังคมที่เป็นธรรม และรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น สังคม และประเทศชาติ สอดคล้องกับเอกสารประกอบการสัมมนา ในโครงการ “การเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อร่างรัฐธรรมนูญ” โดยกรมการปกครอง ราชบัณฑิตยสถานและนักวิชาการของสถาบันพระปกเกล้า ที่กล่าวถึงผู้นำการเมืองคือผู้สมัครรับเลือกตั้งทุก ประเภทและทุกระดับ ผู้ดำรงตำแหน่งการเมืองทั้งระดับชาติและท้องถิ่นทุกตำแหน่ง โดยผู้นำ การเมืองดังกล่าว ต้องเป็นพลเมืองที่ดีเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีจริยธรรม และธรรมาภิบาลจงรักภักดีต่อ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และรับใช้ประชาชนอย่างเต็มความสามารถ ผู้นำการเมืองต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง โดยแยกเรื่องส่วนตัวออกจากตำแหน่งหน้าที่ยึดประโยชน์

ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มการเมืองที่ตนสังกัดผู้นำการเมืองต้องรับฟังความเห็นและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยนำความเห็นของประชาชนมาประกอบการตัดสินใจ

ข้อค้นพบด้านความมุ่งมั่นของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งเป็นความแน่วแน่ในการทำงานเพื่อประชาชนให้สำเร็จตามเป้าหมาย แก้ไขปัญหา และตอบสนองต่อความต้องการ ไม่หลีกเลี่ยงปัญหา ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคในการดำเนินงานเพราะมุ่งเห็นแก่ประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ

## 2.2 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ 2) กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย และ 3) กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน อภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

### 2.2.1 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์

สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารวิสัยทัศน์ โดยแบ่งออกเป็น กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร และช่องทางการสื่อสารวิสัยทัศน์ ดังนี้

#### 1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ในด้านลักษณะของผู้ส่งสาร จากประสบการณ์ในการทำงานอย่างยาวนาน มีลักษณะที่เหมาะสม มีความน่าเชื่อถือ ได้รับความไว้วางใจ มีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ และมีความเชี่ยวชาญงานท้องถิ่น ซึ่งทำให้สามารถนำงานหรือโครงการที่ดำเนินการมาต่อยอดพัฒนาเป็นวิสัยทัศน์ทางการเมืองได้ ประกอบกับความต่อเนื่องในการดำรงตำแหน่งการบริหารงาน ประชาชนจึงเกิดการยอมรับและไว้วางใจ และใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสารที่สร้างให้เกิดการจดจำ กระตุ้นความสนใจเพื่อชักจูงใจของประชาชน นำเสนอเนื้อหาของปัญหาที่เป็นปัญหาหลักของประชาชน และเป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการ และการแถลงเนื้อหาวิสัยทัศน์ทางการเมืองในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเพียงเรื่องเดียว ช่วยให้เนื้อหาที่มีความหลากหลายและทำให้เกิดความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันชนะ ชัยรุ่งเรือง (2566) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า ประชาชนจะพิจารณาผลงานที่ผ่านมา

นโยบายที่ได้เสนอให้แก่ประชาชนก่อนการเลือกตั้งและผู้ที่มีความช่วยเหลือทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่น โดยประชาชนมีความคาดหวังว่าผู้ที่มีความรู้ มีระดับการศึกษาสูง หรือมีประสบการณ์ในการทำงาน จะเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีการกำหนดนโยบายสาธารณะที่สามารถแก้ไขปัญหาของพี่น้องประชาชนได้อย่างรวดเร็ว มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมนโยบายใหม่ ๆ ที่จะสามารถพัฒนาตำบลให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีการโน้มน้าวใจโดยใช้บุคลิกของผู้ส่งสาร โดยแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร มีความตั้งใจในการรักษาผลประโยชน์ มีหลักฐานสนับสนุนจากผลการดำเนินงานทำให้คนเกิดความเชื่อมั่นและคล้อยตาม

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง เป็นใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ในด้านลักษณะของผู้ส่งสาร เนื่องจากประสบการณ์ในการทำงานอย่างยาวนาน สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และเนื่องจากมีความต่อเนื่องในการดำรงตำแหน่ง มีความน่าเชื่อถือ ประชาชนจึงเชื่อใจ และยอมรับ และกลยุทธ์เนื้อหาของสารในการใช้เนื้อหาของสารที่สร้างให้เกิดการจดจำ รวมไปถึงการแถลงวิสัยทัศน์ในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ผู้วิจัยค้นพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ เป็นเพียงท่านเดียวที่มีกลวิธีการแถลงเนื้อหาวิสัยทัศน์ทางการเมืองในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเพียงเรื่องเดียว หรือชูประเด็นใดเป็นหลัก เนื่องจากช่วยให้เนื้อหาที่ใช้มีความหลากหลาย สามารถหยิบประเด็นใดมาเชื่อมโยงก็สามารถดำเนินการได้ง่าย และทำให้เกิดความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

## **2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองการบริหาร**

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองการบริหารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์การบริหารงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก หรือการเน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ทำประโยชน์สูงสุดให้เกิดต่อส่วนรวม ไม่ยึดติดที่ตนเองเป็นหลัก ซึ่งมีผลต่อการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร แสดงให้เห็นได้ถึงการมีทิศทางในการดำเนินงาน และเป้าหมายที่ชัดเจน และใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เน้นความร่วมมือ และการเข้าใจร่วมกันในการตัดสินใจเพื่อดำเนินงานโดยผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมตัดสินใจ เป็นการส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารภายในองค์กร ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถนำเสนอ แบ่งปันความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การเปิดกว้างกับกับใช้เทคโนโลยีใหม่ นำเทคโนโลยีใหม่เข้าสู่กระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้นไป รวมถึงสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ และดำเนินงานแบบบูรณาการ ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการช่วยคิดและตัดสินใจในดำเนินงาน รวมไปถึงการลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาภรณ์ ศรีทิน (2562) เรื่อง รูปแบบการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยศึกษาศึกษากรอบแนวคิดการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์, ตรวจสอบโมเดลการวัดการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสร้างและยืนยันรูปแบบการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าผู้บริหารเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์มากที่สุด โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การที่ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประชาชนมีความสำคัญต่อเทศบาลตำบล เนื่องจากเป็นความสามารถหลักที่สอดคล้องกับการดำเนินภารกิจในการจัดทำและส่งมอบบริการสาธารณะ โดยคำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นหลัก และจะส่งผลโดยตรงต่อเทศบาลตำบลให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีความสามารถในการสร้างความไว้วางใจต่อองค์การและผู้ปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ Cohen and Uphoff (1980) ที่กล่าวว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การบริหารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นการเกี่ยวข้องกันของแต่ละบุคคลเพื่อการปรับปรุงสถานะความเป็นอยู่ในสถานการณ์เดียวกันซึ่งได้อธิบายไว้ 4 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วภัทรา จิตรอักษร (2562) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยศึกษาศึกษาคุณลักษณะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา , การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา และความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมในด้านการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกันมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของสถานศึกษา ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนา มีการทำงานที่ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน มีความรับผิดชอบร่วมกัน รวมถึงผู้บริหารมีการควบคุม กำกับ ดูแล นิเทศและติดตามงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์ (2562) เรื่อง การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภาคกลาง โดยศึกษาการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับรางวัลในจังหวัดภาคกลางด้วยเทคนิค 7S และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศด้วยเทคนิค 7S ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดีที่ได้รับรางวัล พบว่า การบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จ



ต้องคิดริเริ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอให้ทันยุคสมัยและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนวัตกรรมที่คิดริเริ่มขึ้นมาต้องตอบสนองความต้องการของประชาชน เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนได้ใช้เทคโนโลยีการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง มีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว การจัดเก็บข้อมูลให้สะดวกและรวดเร็ว มีการวิเคราะห์ถึงระบบงานขององค์การในทุก ๆ เรื่อง

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง มีวิสัยทัศน์การบริหารงานแบบกลยุทธ์การบริหารงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก เน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ไม่ยึดตนเองเป็นที่ตั้ง ใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ดำเนินงานแบบบูรณาการ ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชานำเสนอ และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เปิดกว้างกับการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยค้นพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ภูมิหลังเป็นผู้ที่ครอบครัวประกอบธุรกิจ เป็นผู้ที่มีใจเปิดกว้าง และสนับสนุนเทคโนโลยีใหม่ โดยได้ให้ความสำคัญและกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ในการบริหารงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชารับรู้ เพื่อการทำงานที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานไม่ล่าช้า และประชาชนได้รับประโยชน์จากการเข้าถึงบริการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ง่ายสะดวกมากยิ่งขึ้น

### 3) ช่องทางการสื่อสารวิสัยทัศน์

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารวิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ประกอบด้วย (1) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการเข้าถึงข้อมูล มีช่องทางที่หลากหลายและเปิดกว้าง การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ในส่วนของการประชุมประจำไตรมาส ประจำเดือน และการประชุมย่อยแล้วแต่ตามภารกิจของงาน และการเปิดโอกาสให้มีการเข้าพบพูดคุยเพื่อปรึกษากับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยตรง การสื่อสารผ่านหนังสือราชการภายในองค์กร มีการใช้ทั้งเป็นช่องทางหลักในการสั่งการ แจ้งข่าวสาร แล้วแต่ความเหมาะสม การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ มีการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งมีการแบ่งตามกลุ่มของหน่วยงาน ตามระดับชั้นการบังคับบัญชา หรือตามภารกิจงาน (2) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน เน้นการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่มากที่สุด การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ด้วยการลงพื้นที่พบปะประชาชน การเคาะประตูไปแต่ละบ้าน เพื่อรับฟังปัญหาของประชาชนในพื้นที่ และกระชับความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายการใช้สื่อเคลื่อนที่ เช่นการใช้รถแห่ และขบวนแห่หาเสียงในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งใช้รถแห่ในการแจ้งข่าวสารทั่วไปให้ประชาชนทราบตามแหล่งชุมชน การใช้สื่อกลางแจ้ง มีการใช้ป้ายหาเสียงในช่วงของการเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งเพื่อประกาศข่าวสารให้ประชาชนรับทราบถึงวิสัยทัศน์ที่ต้องการนำเสนอ และการ

ใช้สื่อใหม่ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสารมวลชน แสดงถึงการเลือกใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงให้ได้มากที่สุด

ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ได้บังคับบัญชา สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ ยัมปลี้ม (2560) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร ต้องการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรในการสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ให้มีประสิทธิภาพ เช่น เว็บไซต์ ระบบอินทราเน็ต ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Saraban), จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) การพัฒนารูปแบบ วิธีการ เนื้อหา สาร และช่องทางให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ การประเมินผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประมิษฐ์ ปรุณาคม (2561) เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาของธุรกิจอุตสาหกรรมยาสูบแห่งหนึ่ง โดยศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาของธุรกิจอุตสาหกรรมยาสูบแห่งหนึ่ง พบว่า ทิศทางในการสื่อสารขององค์กรนั้นมีทั้งสองรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์การใช้ One Way Communication และ Two Way Communication โดยให้ความคิดเห็นว่ารูปแบบการสื่อสารทั้งสองนี้ขององค์กรมีความเหมาะสมอยู่แล้ว เพราะแต่ละรูปแบบมีการเลือกใช้ตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม ช่องทางที่บริษัทมีออกเป็น 4 ช่องทาง บอร์ดประชาสัมพันธ์ สื่อโซเชียลออนไลน์ กล้องแสดงความคิดเห็น การประชาสัมพันธ์ทางตรง การประกาศ และการประชุม

ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชนสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินา ศิริเมธาวิ (2560) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดลพบุรี: ศึกษาในห้วงเวลา ปี พ.ศ.2560 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดลพบุรีมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ รองลงมาคือปัจจัยด้านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยด้านพรรคการเมือง และปัจจัยด้านนโยบายของผู้สมัคร การเปิดรับสื่อ พบว่า สื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Usrotul Afifah & Dedik Yoga Hermawan (2020) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งอิสระ : กรณีศึกษาการเลือกตั้งระดับภูมิภาคของไวโนโซโบ 2020 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งอิสระมีหลายกลยุทธ์ มีการรณรงค์หาเสียงไปจนถึงการสร้างร่วมมือกับกลุ่มชุมชน 1) การรณรงค์หาเสียงที่พบอยู่ในรูปแบบของการติดตั้งป้ายโฆษณาหาเสียง, การให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อออฟไลน์และออนไลน์ รวมไปถึงการออกไป

เยี่ยมเยือนในสถานที่สาธารณะ 2) การสร้างความร่วมมือกับกลุ่มชุมชน ประกอบไปด้วยการสื่อสารระหว่างผู้นำกับกลุ่มบริหาร เพื่อที่จะตัดสินใจสื่อสารไปยังสมาชิกในชุมชนว่าจะเลือกใครสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ainol Mardhiah, Cindenia Puspasari, Maisyura และ Nanda Ameliany (2021) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของสมาชิกสภานิติบัญญัติหญิงชาวอาแจเฮฮ์ในการส่งสารไปยังชุมชน พบว่าช่องทางการสื่อสารที่ควรใช้คือใช้การสื่อสารมวลชน การสื่อสารแบบกลุ่ม และช่องทางโซเชียล โดยใช้การสื่อสารแบบตัวต่อตัวในการอธิบายนโยบาย และโครงการที่จะดำเนินการ หรือกำลังดำเนินการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงปณิธานที่ตั้งใจ

ข้อค้นพบด้านช่องทางการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ช่องทางการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังผู้ได้บังคับบัญชา ประกอบไปด้วยการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทั้งการพูดคุยส่วนตัว การประชุม และการใช้หนังสือสั่งการของทางราชการในการสื่อสารวิสัยทัศน์ ส่วนช่องทางสื่อใหม่จะมีการส่งข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อความรวดเร็ว และสะดวก ช่องทางการเผยแพร่วิสัยทัศน์ไปยังประชาชน เน้นการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่มากที่สุด ลงพื้นที่พบปะประชาชน การเคาะประตูไปแต่ละบ้าน เพื่อรับฟังปัญหา ใช้สื่อเคลื่อนที่ เช่นการใช้รถแห่ และขบวนแห่หาเสียงในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งใช้รถแห่ในการแจ้งข่าวสารทั่วไปให้ประชาชนทราบตามแหล่งชุมชน การใช้สื่อกลางแจ้ง มีการใช้ป้ายหาเสียงในช่วงของการเลือกตั้ง และในช่วงหลังการเลือกตั้งเพื่อประกาศข่าวสารให้ประชาชนรับทราบถึงวิสัยทัศน์ที่ต้องการนำเสนอ และการใช้สื่อใหม่ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก โดยการลงพื้นที่พบปะประชาชนเป็นช่องทางที่ประชาชนมีความคุ้นเคยมากที่สุด

ผู้วิจัยค้นพบว่าช่องทางการเผยแพร่วิสัยทัศน์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิหลังเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูลนักการเมือง มีช่องทางการสื่อสารที่จำกัด จากสภาพภูมิประเทศที่ตั้งของจังหวัดที่ดำรงตำแหน่ง เนื่องจากเป็นพื้นที่ป่าเป็นส่วนมาก จึงต้องมีการวางแผน และเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงทั้งผู้ร่วมงานและประชาชนให้ได้มากที่สุด และมีความเหมาะสมมากที่สุด และจากการสัมภาษณ์พบว่าช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ลงพื้นที่พบปะตามบ้าน ยังคงเป็นช่องทางที่มีความจำเป็นในการสื่อสารอย่างมาก เนื่องจากความคุ้นเคยของประชาชนในพื้นที่

## 2.2.2 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า เน้นนโยบายที่เป็นปัญหาหลัก หรือเป็นปัญหาใหญ่ในพื้นที่ เป็นการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร ที่กระตุ้นความสนใจของประชาชน เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน โน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือและแรงจูงใจในการสนับสนุน และมีการใช้กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม เน้นนโยบายที่สร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบท วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เพื่อสร้าง

ให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชน นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสารสื่อสารนโยบายในภาพกว้าง ไม่ลงลึกไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อปรับเปลี่ยนตามบริบทและการทำงานได้คล่องตัว รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น หากเรื่องใดหรือโครงการใดมีการวิเคราะห์ทรัพยากรที่มีรวมถึงกรอบเวลาแล้วว่าการดำเนินการไม่ได้ หรือพิจารณาแล้วว่าไม่มีโอกาสที่จะไม่สามารถดำเนินการจนแล้วเสร็จ ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์ออกไปก่อน เพราะจะขาดความน่าเชื่อถือ กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ด้วยการลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำเสนอ นโยบายของตน วางแผนการพบปะประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึง ใช้สื่อในการช่วยประชาสัมพันธ์ไปยังทุกกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มความสามารถในการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ ความสนิทสนม และใช้งานเครือข่ายในการที่จะสื่อสารนโยบายออกไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ (2562) เรื่อง กลยุทธ์การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2556 พบว่า กลยุทธ์ในการหาเสียงด้วยการชูนโยบายการหาเสียงเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร โดยให้ความสำคัญไปกับปัจจัยพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่กลุ่มผู้เลือกตั้งให้ความสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาดา เวสารัชชระกุล (2561) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสตรีไทย: ศึกษากรณีสตรีผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสตรีส่วนมากมุ่งเน้นประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ โดยไม่ต้องสื่อสารเรื่องความแตกต่างทางเพศเพื่อเรียกร้องความสนใจ และคุณลักษณะที่นำไปสู่ความสำเร็จคือ การมีการศึกษาที่ดี การสื่อสารชัดเจนและตรงประเด็น สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม ใช้สื่อใหม่ในการสื่อสาร กระแสนิยมของพรรคการเมือง และบุคลิกภาพมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับ ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ (2566) กล่าวถึงว่า สื่อกิจกรรม เป็นหนึ่งในประเภทของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถ เคลื่อนที่ (Mobile unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุหรือโทรทัศน์ การจัดสัมมนา ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา คือการเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์และความบันเทิงไปพร้อมกัน การใช้สื่อเฉพาะกิจจะทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่รณรงค์เรื่องหนึ่งเรื่องใดไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง และเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ โดยเป็นสื่อที่มั่นใจได้ว่าเข้าถึงตัวผู้รับสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Angelina Caroline Wagner (2015) เรื่อง การหาคะแนนเสียงการเลือกตั้ง : กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งเทศบาลแคนาดา พบว่า 1) นักการเมืองชายและหญิงใช้กลยุทธ์การสื่อสาร และเทคนิคในการสื่อสารเท่ากัน รวมถึงการออกสื่อ ภาพลักษณ์ที่แสดงออกไปยังสาธารณะก็ได้รับการสนับสนุนไม่ต่างกัน

2) พบความแตกต่างของคุณลักษณะผู้สมัครรับเลือกตั้งที่เป็นคนเมืองเปรียบเทียบกับคนท้องถิ่นในสื่อ  
 เทคนิคการรณรงค์หาเสียงที่ต่างกันส่งผลต่อการเลือกการสื่อสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งและผลลัพธ์ที่  
 ต่างกัน 3) แม้ว่าจะมีอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์หาเสียงแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้ง  
 ยังคงเชื่อมั่นในความสำเร็จของการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง และการขาด  
 ปฏิสัมพันธ์ที่เพียงพอระหว่างผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งกับผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง ไม่ว่าจะการติดต่อ  
 ออนไลน์หรือด้วยตนเองส่งผลต่อประชาชนในระดับท้องถิ่น 4) ผู้สมัครรับเลือกตั้งหลายคน  
 กระตือรือร้นที่จะหาหรือประเด็นทางการเมืองกับผู้มีสิทธิลงคะแนนเลือกตั้ง

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
 เพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง เป็นการเลือกนำเสนอโยบายที่เป็นปัญหาหลัก หรือเป็นปัญหาใหญ่ในพื้นที่  
 เช่นนโยบายสินค้าเกษตร นโยบายที่ดินทำกิน นโยบายส่งเสริมการศึกษา เป็นสำคัญ เป็นการใช้กล  
 ยุทธ์เนื้อหาสาระ ที่กระตุ้นความสนใจ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนมาก และมีการใช้กลยุทธ์การ  
 สร้างกิจกรรม ที่จะสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบท วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ทำให้เกิดความ  
 ร่วมมือและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์สื่อสารนโยบายใน  
 ภาพกว้างเพื่อปรับตามบริบทและการดำเนินงานได้ รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น  
 สร้างการรับรู้ ลงพื้นที่พบปะประชาชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความสนิทสนมและไว้วางใจ  
 ทั้งนี้จะใช้เครือข่ายเพื่อส่งเสริมการสื่อสารนโยบายออกไปให้เป็นวงกว้าง

ผู้วิจัยค้นพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมี  
 การใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกัน โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาเป็นผู้ที่อยู่ในตระกูล  
 นักการเมืองจะมีการใช้กลยุทธ์สร้างการรับรู้ พยายามใช้สื่อทุกช่องทางในการสื่อสารออกไปอย่างมี  
 การวางแผน มีการสร้างเครือข่ายเพื่อประสานงาน กลยุทธ์สร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดให้ประชาชนเข้า  
 มาร่วมมือ และมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของทางองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยกิจกรรมที่จัดจะส่งเสริม  
 ต้องมีประโยชน์ต่อประชาชนอีกด้วย นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาเป็นผู้ที่ครอบครัว  
 ประกอบธุรกิจ เป็นผู้ที่มีการใช้เครือข่าย ใช้ผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการโครงการ  
 ผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินนโยบาย และมีทีมงานการสื่อสารช่วยในการสื่อสารออกไปเป็นวงกว้าง  
 ประกอบกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบสร้างความเชื่อมั่น โดยมีการวิเคราะห์พิจารณาและศึกษา  
 นโยบายเป็นอย่างถี่ถ้วนที่จะดำเนินการ จึงมีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก และนายกองค์การ  
 บริหารส่วนจังหวัดที่มีภูมิลำเนาจากองค์กรภาครัฐใช้กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ให้ความสำคัญกับการ  
 ลงพื้นที่อย่างทั่วถึงในการพบปะประชาชนกับเครือข่ายต่าง ๆ



### 2.2.3 อภิปรายผลการศึกษเกี่ยวกับกาสื่อสารผลงาน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระ การเลือกเรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน เน้นงานที่เกี่ยวกับประชาชนเป็นหลัก จากนั้นจึงนำมาสร้างเป็นเนื้อหาสาระที่มีความน่าสนใจ และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร เพื่อสื่อสารผลงานของตนให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยใช้ช่องทางการสื่อสารดั้งเดิม การสื่อสารแบบเผชิญหน้าลงพื้นที่เพื่อพูดคุยกับประชาชนด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ และใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นสาธารณะ เพื่อการเข้าถึงได้ง่าย และโต้ตอบกับความคิดเห็นของประชาชนได้รวดเร็ว และการนำเนื้อหาผลงานพูดผนวกไปให้ประชาชนรับทราบเมื่อได้รับเชิญไปร่วมงานต่าง ๆ

สอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระสาร ที่มี การคัดเลือกและลำดับความสำคัญเนื้อหาที่จะนำเสนอ โดยให้เป็นเรื่องของการนำเสนอผลงานช่วยให้เกิดการรับรู้ ประกอบกับการเลือกเวลาของสื่อที่จะเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาคิน โขติเวศย์ศิลป์ (2562) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีที่มาจากการยึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง พบว่า พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีกลยุทธ์ด้านรูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ รูปแบบที่เป็นแบบทางการ (แถลงนโยบายสุนทรพจน์ แถลงข่าว) รูปแบบบันเทิง เช่น เพลง ละคร รูปแบบแพลตฟอร์ม และมีรายการประจำของรัฐบาล รายการเดินหน้าประเทศไทย หรือ คืบความสุขประเทศไทย เป็นต้น โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เข้าถึงผู้รับสารที่เป็นประชาชนคนไทยได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับ Don Hellriegel, Susan E. Jackson and John W. Slocum, Jr. (อ้างถึงใน นิชาวดี ตานีเหิง และคณะ, 2562) ที่กล่าวว่า ตัวชีวิตสมรรถนะการสื่อสารต้องประกอบไปด้วยการนำเสนอข้อมูลต่อสาธารณะด้วยรูปแบบที่จูงใจ และแจ้งให้ผู้อื่นได้รับทราบเหตุการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันตลอดเวลา ทันต่อสถานการณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Titik Sumarti (2020) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของผู้นำสตรีระดับภูมิภาคอินโดนีเซีย โดยศึกษาวิเคราะห์รูปแบบและช่องทาง รวมถึงผลของการสื่อสารทางการเมืองโดยผู้นำผู้หญิงระดับภูมิภาคในอินโดนีเซีย พบว่า ผู้นำมีแนวโน้มที่จะเลือกรูปแบบและช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อรับข้อมูลทางการเมือง รูปแบบการสื่อสารเชิงโต้ตอบผ่านโซเชียลมีเดีย สื่อกลางแจ้ง และสื่อมวลชน เช่น ทีวี และสื่อสิ่งพิมพ์ ช่องทางการสื่อสารที่ใช้มีทั้งช่องทางการสื่อสารส่วนตัว ช่องทางการสื่อสารกลุ่ม ช่องทางการสื่อสารสาธารณะ, ช่องทางการสื่อสารโซเชียลมีเดีย และช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิม

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสื่อสารผลงานของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง เป็นการเลือกใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระและกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร โดยใช้กลยุทธ์

เนื้อหาสาระ เลือกรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร เพื่อสื่อสารผลงานของตนให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลาย

### 2.3 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ และ 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร อภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 2.3.1 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า ต้องมีการประเมินคุณลักษณะของตนเอง โดยเริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง นำมาวางแผน เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม จากนั้นจึงพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ ทักษะการพูดในที่สาธารณะ ทักษะการนำเสนอข้อมูล ทักษะการฟังอย่างตั้งใจ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ทักษะการสื่อสารเชิงบวก และทักษะการสื่อสารเฉพาะด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานขององค์กร นอกจากนี้ในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟังว่ามีความสนใจอะไร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม นำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และสุดท้ายจึงวัดผลในสิ่งที่สื่อสารออกไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต ท่อแก้ว (2564) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่ากระบวนการประกอบไปด้วย ศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด การกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ในการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ การประเมินภาพลักษณ์ปัจจุบัน การปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ปัจจุบัน การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เป็นที่จดจำของกลุ่มการเมืองในพื้นที่ และกลุ่มภาคีเครือข่ายการปฏิบัติงานให้เกิดประทับใจอย่างยั่งยืน รวมทั้งการเป็นผู้นำองค์กรที่เป็นมืออาชีพ และเป็นผู้นำที่สุจริตเที่ยงธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณี ศรีสมุทร (2564) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า แนวทางการวางแผนสื่อสารภาพลักษณ์ของผู้นำการเมืองท้องถิ่นมีดังนี้ วิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ กำหนดจุดยืนทางการเมือง กำหนดสารด้านความรู้ ประสบการณ์ และวิสัยทัศน์การพัฒนาท้องถิ่นของผู้นำการเมืองท้องถิ่น การกำหนดสื่อและกิจกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ ดิบบอราห์ เจ บาเรตต์ (2010) ที่กล่าวว่า ผู้นำที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนภายในและภายนอกองค์กรต้องความสามารถทางการสื่อสารเชิงการ

จัดการ โดยทักษะการสื่อสารที่จำเป็นสำหรับผู้บริหาร ได้แก่ ทักษะการสื่อสารเพื่อการจัดการทีม ทักษะการนำการประชุม ทักษะการฟัง เป็นต้น

ข้อค้นพบด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง เริ่มจากการประเมินคุณลักษณะของตนเอง ทั้งจุดอ่อนและจุดแข็ง วางแผนการสื่อสาร และพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ และทักษะการสื่อสารเฉพาะด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องนอกจากนี้ในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมาย เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม สร้างเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และทำการวัดผล

### 2.3.2 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร

อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารวิสัยทัศน์ โดยแบ่งออกเป็น แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร ดังนี้

#### 1) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า การรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการของประชาชนก่อนเป็นแนวทางสำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง หลังจากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองของท้องถิ่น และเข้าใจในมุมมองกว้างระดับประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง แล้วจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทาง และนำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และวัดผล

สอดคล้องกับ Rossen Stoyanov (2023) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนหลักในการสร้างและดำเนินการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย 1) การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองถูกกำหนดโดยสามขั้นตอนหลัก การสร้างโครงเรื่องโดยเลือกทิศทางที่จะพัฒนาไปเป็นหลักจากการประเมินตนเอง สร้างประวัติโดยการกำหนดลำดับเหตุการณ์เน้นที่ความสำเร็จทางวิชาชีพและการเมือง ทางครอบครัว รวมไปถึงแบรนด์ของพรรคและองค์กร 2) การวางตำแหน่งเพื่อให้เกิดการจดจำไว้ในใจของผู้เลือก 3) การปรับปรุง เพื่อปรับให้ภาพลักษณ์แตกต่างไปจากผู้สมัครคนอื่น ๆ ทั้งเรื่องของการเคลื่อนไหวที่เป็นเอกลักษณ์, การพูด, การแสดงออกทางสีหน้า, การสื่อสารทางอวัจนภาษา 4) การโจมตีภาพลักษณ์คู่แข่ง โดยเน้นสื่อสารเกี่ยวกับด้านลบของคู่แข่งทางการเมือง 5) การรักษาภาพลักษณ์ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการแข่งขัน เป็นไปตามความต้องการของสถานการณ์ทางการเมือง และประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณี ศรีสมุทร (2564) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า แนวทางการวางแผนสื่อสารภาพลักษณ์ของผู้นำการเมืองท้องถิ่นมีดังนี้ วิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็ง ภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่

พึงประสงค์ กำหนดจุดยืนทางการเมือง กำหนดสารด้านความรู้ ประสบการณ์ และวิสัยทัศน์การ พัฒนาท้องถิ่นของผู้นำการเมืองท้องถิ่น การกำหนดสื่อและกิจกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ข้อค้นพบด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองของ นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง คือการใส่ใจรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการที่ แท้จริงของประชาชน จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็นเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง และสื่อสาร ออกไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับ นานาชาติ รวมถึงในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง แล้วจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทาง และนำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และวัดผล

## 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองการบริหาร

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารวิสัยทัศน์ ทางการบริหารของนายองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า ต้องเป็นการบริหารงาน ที่ทันสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชน รับรู้ได้ถึงความเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ยังคงไม่ทิ้งเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ในขั้นตอน หรือกระบวนการใด โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมายการสื่อสารว่า ต้องการสื่ออะไรให้กับผู้ฟัง ใช้ช่องทางที่เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่

สอดคล้องกับ Kotter (1996) ที่กล่าวว่า การสื่อสารวิสัยทัศน์ มีความสำคัญ มากสำหรับนักบริหารระดับสูงในยุคใหม่ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงภาพอนาคตขององค์กร ในบางประเด็น ก็เป็นเรื่องที่สามารถอธิบายให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน แต่บางประเด็นก็ยากแก่การอธิบายให้ เห็นชัดถึงวิธีการที่จะไปสู่ภาพอนาคตนั้น สมรรถนะ 3 ประการ ที่ผู้นำทั้งภาครัฐและเอกชนในยุค ศตวรรษที่ 21 จะต้องมิได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์ วาทกรรม และคุณภาพของการสื่อสาร วิสัยทัศน์ ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับผู้บริหารระดับรอง และพนักงานอื่น ๆ ทั้งหมดในองค์กร

ข้อค้นพบด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองการบริหารของ นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง คือการบริหารงานที่ทันสมัย มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ รู้จักในเรื่องของกฎระเบียบขั้นตอนในการบริหารงาน เพื่อที่จะสื่อสารถึงผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดให้เกิดความเข้าใจได้ วิเคราะห์ผู้ฟัง แล้วจึงดำเนินการประเมินผลการสื่อสาร ที่ประกอบไปด้วย วิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมาย เลือกช่องทาง นำเสนอเนื้อหาที่ และดำเนินการวัดผล

### 2.3.3 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบาย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบายของนาย กองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า เป็นการเลือกกำหนดนโยบายที่มาจากปัญหา

หรือความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานตามนโยบายที่เห็นได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม เช่นเดียวกับการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ต้องมีการประเมินผลการสื่อสาร โดยอาจกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ หรือกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพ นอกจากนี้ควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนเข้าใจนโยบายและสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัครได้อย่างเหมาะสม

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณี ศรีสมุทร (2564) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า ผู้นำการเมืองท้องถิ่นต้องกำหนดจุดยืนทางการเมือง ผู้นำการเมืองท้องถิ่นแต่ละทีมมีจุดยืนทางการเมืองแตกต่างกัน ด้วยภูมิหลังด้านความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานการพัฒนาท้องถิ่น เข้าใจปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของประชาชนในท้องถิ่น สร้างสโลแกนที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงกำหนดสารด้านความรู้ ประสบการณ์ และวิสัยทัศน์การพัฒนาท้องถิ่นของผู้นำการเมืองท้องถิ่นในรูปแบบ ถ้อยความ ถ้อยคำ ด้วยข้อความที่สั้น กระชับ โดดเด่น และง่ายต่อการจดจำ

ข้อค้นพบด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารนโยบาย ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง คือการเลือกกำหนดนโยบายที่มาจากความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานออกไปอย่างเป็นรูปธรรม มีการประเมินผลการสื่อสาร วิเคราะห์ผู้รับสารว่าผู้รับสารมีความต้องการอะไร รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร จากนั้นกำหนดเป้าหมาย เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เนื้อหามีความชัดเจน และตรงประเด็น วัดผลการสื่อสาร และพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน โดยอาจพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัญหาและความต้องการของประชาชน นโยบายของคู่แข่ง เป็นต้น

#### **2.3.4 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารผลงาน**

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารผลงานของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง พบว่า การเลือกนำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านตัวกลางหรือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลงานนั้น สามารถสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือได้ ควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอในการสื่อสารผลงานออกไป โดยเลือกนำเสนอจากผลงานที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด นำเสนอผลงานให้เห็นภาพ อาจใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหา ให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน เช่น ปัญหาและความต้องการของประชาชน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2547) เรื่อง สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา พบว่า ปัจจัยที่เสริมสร้างสมรรถนะการสื่อสารที่สำคัญประการหนึ่งในการระดมการพัฒนาของผู้นำเพื่อการพัฒนา คือการสื่อสารด้วยการกระทำ เป็นการสื่อสารด้วยการทำให้เห็นเป็นแบบอย่าง ผู้นำชุมชน มีการร่วมกิจกรรมและลงมือปฏิบัติงานใน



การสร้างผลงานร่วมกับประชาชนในชุมชน และเน้นการ สร้างผลงานเชิงประจักษ์ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่กล่าวว่า มนุษย์เราติดต่อสื่อสาร และใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งที่จิตใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและเนื้อหา อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง และเลือกรับสารตามความต้องการ

ข้อค้นพบด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารผลงาน ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง คือการเลือกนำเสนอผลงานที่มีความน่าเชื่อถือ เห็นผลได้ชัดเจน โดยสื่อสารผ่านผู้ที่ได้รับประโยชน์ หรือผ่านช่องทางที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด โดยสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ในการนำเสนอผลงานอาจใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหา ให้สามารถเข้าใจได้ง่าย เน้นประโยชน์ต่อประชาชน

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยพบว่า การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อสามารถนำไปพัฒนาการสื่อสารและต่อยอดงานวิจัยต่อไปดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดควรนำผลการวิจัย การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในประเด็น การสื่อสารคุณลักษณะ กลยุทธ์การสื่อสาร และ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารมาปรับใช้ในการเข้าสู่ตำแหน่ง

2) กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย ควรมีนโยบายในการกำหนดคุณสมบัติและพัฒนาคุณสมบัติทางการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นที่เหมาะสมกับ ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

3) คณะกรรมการการเลือกตั้ง ควรมีนโยบายจัดตั้งศูนย์การให้ความรู้ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง 24 ชั่วโมงในรูปแบบสื่อออนไลน์ เพื่อให้บริการความรู้ ให้คำปรึกษาแก่ ผู้นำการเมืองท้องถิ่นด้านความรู้และทักษะการสื่อสารสำหรับผู้นำการเมืองท้องถิ่น หรือ คณะกรรมการการเลือกตั้งสนับสนุนงบประมาณให้สถาบันการศึกษาเป็นผู้พัฒนาในเชิงเนื้อหาสาระและเผยแพร่ความรู้ดังกล่าว

4) สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการสื่อสารให้ผู้นำการเมืองท้องถิ่นในการเข้าสู่ตำแหน่ง

### 3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

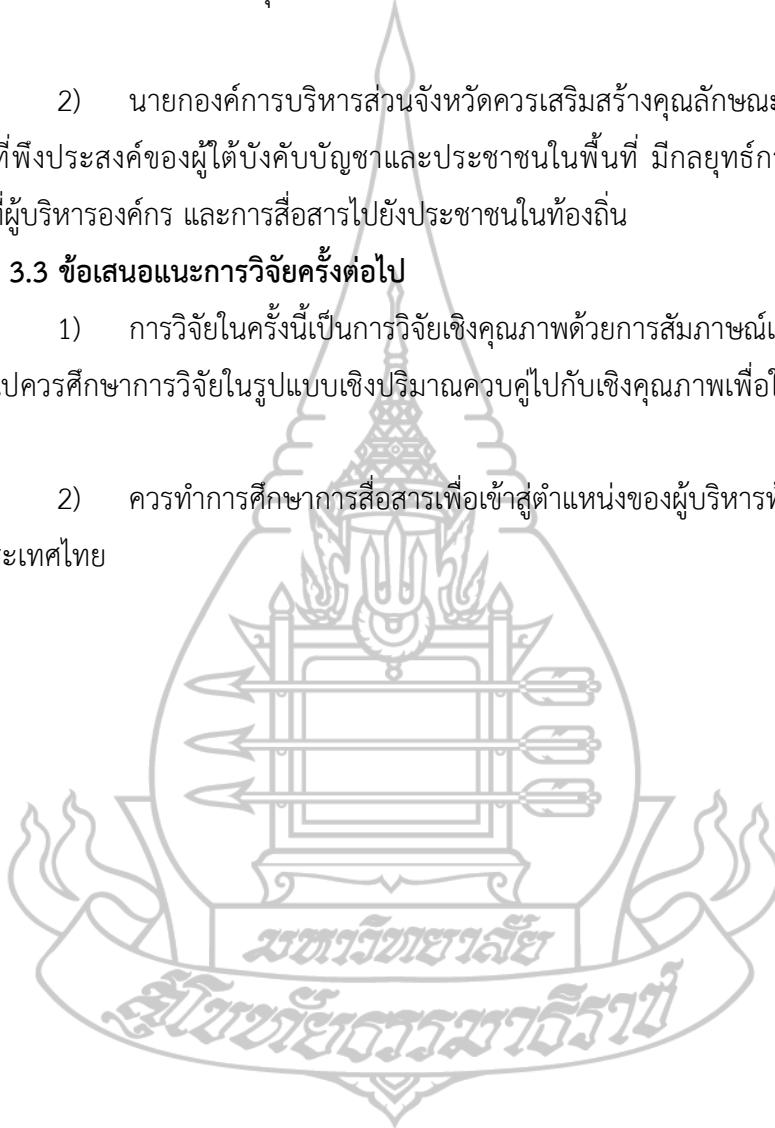
1) นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดควรมีกิจกรรมทางการสื่อสารที่หลากหลาย และมีความต่อเนื่องในพื้นที่เยี่ยมเยียนประชาชน รับฟังปัญหา ความต้องการของประชาชน รวมทั้งสื่อสารให้ถึงประชาชนโดยตรง โดยมุ่งรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน และสร้างการรับรู้ในผลการปฏิบัติงาน

2) นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดควรเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นผู้นำให้ เป็นไปตามที่พึงประสงค์ของผู้ใต้บังคับบัญชาและประชาชนในพื้นที่ มีกลยุทธ์การสื่อสาร ในการปฏิบัติหน้าที่ผู้บริหารองค์กร และการสื่อสารไปยังประชาชนในท้องถิ่น

### 3.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณควบคู่ไปกับเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2) ควรทำการศึกษาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารท้องถิ่นในระดับอื่น ๆ ของประเทศไทย





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยศรี

นครินทรวิโรฒราชภัฏ

## บรรณานุกรม

- กฤติยา รุจิโชค. (2564). การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*. 6(1). 25-34.
- กานต์ บุญศิริ. (2562). *กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคอนาคตใหม่*. (การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 1 ไม่ได้ตีพิมพ์). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- เกษรา ดวงมณี. (2545). การศึกษาคุณลักษณะนักการเมืองท้องถิ่นในความคาดหวังของ คณะกรรมการชุมชนในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์รัฐ ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป). บัณฑิตวิทยาลัย.ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- แก้วภัทรา จิตรอักษร. (2565). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับการบริหารแบบมีส่วนร่วม ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา). ราชบุรี:มหาวิทยาลัยราชภัฏ หมู่บ้านจอมบึง.
- โกวิทย์ พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง. (2547). *คู่มือมิติใหม่องค์การปกครองท้องถิ่นที่มาจาก*
- โกวิทย์ พวงงาม. (2559). การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพฯ : โรง พิมพ์เดือนตุลา.
- ขวัญหทัย แจ่มแจ่ม.(2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การ บริหารส่วนตำบลวัดสุวรรณ อำเภอบ่อทองจังหวัดชลบุรี*.(วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร มหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม).คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิราภรณ์ เกษวิริยการณ. (2556). *แนวทางการพัฒนาการสร้างวิสัยทัศน์ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากำแพงเพชร เขต 2*. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารการศึกษา). กำแพงเพชร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)*. (การศึกษารายบุคคล นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ.มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ สืบค้นจาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Jirawan.Yim.pdf>

- จุฑาพล เมตตาสัตย์. (2556). การสื่อสารทางการเมืองผ่านการตลาดทางการเมืองของนายชูวิทย์กมล  
วิศิษฐ์: ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 3  
กรกฎาคม 2554. (ดุชนันนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). วิทยาลัยสื่อสารการเมือง  
มหาวิทยาลัยเกริก.
- โชติ บดีรัฐ. (2558). เทคนิคการบริหาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณิชนน กิติเวชโกศาวัฒน์. (2564). การสื่อสารในองค์กรส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของกลุ่มคนแต่  
ละ Generation ของพนักงานบริษัทส่งออกอาหารแห่งหนึ่งในเขตบางรัก. (บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ สาขาวิทยบริการ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธงชัย ยางสวย. (2566). การประเมินภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี  
จังหวัดนนทบุรี. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์. 10(1),72-84.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์. (2542). องค์การกับการสื่อสาร. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ และ พรพิมล สงกระสัน. (2564). กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร  
และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี  
จังหวัดจันทบุรี. จันทบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. สืบค้นจาก  
<https://eresearch.rbru.ac.th/showthesis.php?theid=2036&depid=9>
- ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ. (2566). กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการ  
สื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี. วารสาร  
นิเทศศาสตร์ปริทัศน์. 27(2), 20-32.
- ธัญญลักษณ์ เอียดแก้ว. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์  
กรณีศึกษา : ตำบลสะท้อน อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา. (รัฐประศาสนศาสตร์  
มหาบัณฑิต). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์. (2562). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด  
มุกดาหาร: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ.2556. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์. 7(4),  
1084-1097.
- ธวัชิต เทียบคำ. (2561). การตัดสินใจทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 24  
มีนาคม 2562 ของชาวบ้านในหมู่บ้านไม้ชิงธาร ตำบลศาลากลาง อำเภอบางกรวย  
จังหวัดนนทบุรี. (รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นนทิพร สาน้อย. (2557). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา  
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ภาคเหนือตอนล่าง. (วิทยานิพนธ์).



- พิชญ์โลก. มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นจาก  
<https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/287658>
- นันทนา นันทโรภาส. (2554) ชนะการเลือกตั้ง ด้วยพลังการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แมสมิเดีย
- นันทวรรณ อิศรานุวัฒน์ชัย. (2550). *ภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ในยุคโลกาภิวัตน์ : ศึกษาจากหลักพุทธธรรม*. (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. สืบค้นจาก  
[http://bookstore.mcu.ac.th/En/thesiscontent\\_desc.php?ct=1&t\\_id=413](http://bookstore.mcu.ac.th/En/thesiscontent_desc.php?ct=1&t_id=413)
- นิชาวดี ตานีเห็ง. (2560). *การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้*. (ปริญญาโทศึกษาศาสตร์).นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สืบค้นจาก  
<https://wb.yru.ac.th/xmlui/handle/yr/4360>
- นิมิต สุขประเสริฐ. (2550). *ความเป็นกลางกับการเสนอข่าวการชุมนุมของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9*. (วิทยานิพนธ์).กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้นจาก <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/201329>
- นิสิต ท่อแก้ว. (2565). การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสาร สำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*. 4(3),412-485.
- เนตรชนก พลภุชชาติ. (2563). *กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนิเทศศาสตร์). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยรังสิต. สืบค้นจาก <https://rsuir-library.rsu.ac.th/bitstream/123456789/373/1/Natechanok%20Pueksachart.pdf>
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2556). *การจัดการสมัยใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปธาน สุวรรณมงคล. (2552). *การเมืองท้องถิ่น: การเมืองของใคร โดยใคร เพื่อใคร*. กรุงเทพฯ: พิมพ์อักษร.
- ปนัดดา รักษาแก้ว. (2562). *บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของพลตำรวจเอกพงศพัทธ์ พงษ์เจริญ: ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2521-2560*. (ดุสิตนิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ.วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก. สืบค้นจาก  
[https://mis.krirk.ac.th/librarytext/PCC/2561/F\\_Panadda\\_Raksakaeo.pdf](https://mis.krirk.ac.th/librarytext/PCC/2561/F_Panadda_Raksakaeo.pdf)
- ปรมิษฐ์ ปุรณาคม. (2561). *การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาของธุรกิจอุตสาหกรรมยาสูบแห่งหนึ่ง*. (การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ). มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ประภาภรณ์ ศรีทิน. (2562). รูปแบบการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.(รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ปาริย์ อ่อนสอาด. (2548). กลยุทธ์การสื่อสารโน้มน้าวใจผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง : กรณีศึกษา "การเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครปี 2547". กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปิยะรัตน์ สนแจ้ง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษากรณีประชาชนกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2562. (หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง). วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- ปริญญา เจริญถ่องแท้. (2565). การสื่อสารกับการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดจันทบุรี. (รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น คณะรัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พฤตฉิมพล พฤตฉิมกุล. (2557). รูปแบบการสื่อสารของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาประจำจังหวัดขนาดใหญ่พิเศษที่ประสบความสำเร็จ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา). ชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก <https://opac1.lib.buu.ac.th/medias3/eduman8n2p138-150.pdf>
- พิททล เสวตวรรณ. (2565). การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมือง. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(2), 377-389. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/download/257528/174670/948598>
- พุดธิธ อุดมพงษ์. (2548). กระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546. (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พูนศักดิ์ พาทีทิน. (2562). การสื่อสารของผู้นำชุมชนเพื่อการสร้างเสริมสุขภาวะ ด้านการลด ละ เลิก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ : กรณีศึกษา ชุมชนบ้านวัดบางเตย ตำบลบางเตย อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/248637>
- เพ็ญจันทร์ ล้อจักรชัย. (2561). กระบวนการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองของนักวิชาการ : ศึกษากรณีผู้ดำรงตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ. วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก. สืบค้นจาก [https://mis.krirk.ac.th/librarytext/PCC/2561/F\\_Penchan\\_Lawjakchai.pdf](https://mis.krirk.ac.th/librarytext/PCC/2561/F_Penchan_Lawjakchai.pdf)

- ภาคิน โชติเวศย์ศิลป์. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีที่มาจากกรณียึดอำนาจภายใต้วิกฤตความขัดแย้งทางการเมือง. *วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(1), 15-25. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/229773/156374>
- ภิญญาพัชญ์ สรณวัชรเอกากุล. (2566). *คุณลักษณะผู้นำท้องถิ่นที่พึงประสงค์กับการบริหารการพัฒนาชุมชน ในจังหวัดเชียงใหม่ (ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสาธารณะ)*. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มณี ศรีสมุทร, วิทยากร ท่อแก้ว และกานต์ บุญศิริ. (2566). การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 12(1), 208-217.
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2554). การจัดการองค์การและการบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2556). *ภาวะผู้นำ: ทฤษฎีการวิจัยและแนวทางการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตติกาล แก้วเกิดมี. (2562). *เรื่อง กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน : ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2547-2551*. (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- ราเชนทร์ นพณัฐวงศ์กร. (2561). *ภาวะผู้นำในการบริหารงานปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา : องค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี*. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*. 10(3), 139-156.
- ลิขิต ธีรเวคิน. (2548). *วิวัฒนาการการเมืองการปกครองไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลิขิต ธีรเวคิน. (2552). *การเมืองไทยและประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี้.
- วันชนะ ชัยรุ่งเรือง. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*. 3(3), 581-592.
- วิทยากร ท่อแก้ว. (2563). *แนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตสำหรับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิทยากร ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ, ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, สุภาภรณ์ ศรีดี, ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, จุมพล ทนนิมพานิช. (2563). *แนวการศึกษาชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและ*

การปกครองท้องถิ่นชั้นสูง. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วุฒิสาร ตันไชย. (2557). การกระจายอำนาจและประชาธิปไตยในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบัน  
พระปกเกล้า.

สภาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) สืบค้น 10 มิ.ย. 2565. จาก

[https://www.nesdc.go.th/ewt\\_news.php?nid=6420&filename=develop\\_issue](https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม  
แห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔). สืบค้นจาก

[https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6422](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422)

สิงห์ สิงห์ขจร. (2560). การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น (ปริญญาคุชฎี  
บัณฑิต).นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. สืบค้นจาก

<https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/305579>

สุคนธ์ เกาทอง. (2562). คุณลักษณะของนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ในเขตเทศบาลเมืองควนลัง  
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สุชาดา เวสารัตถะกุล. (2561). การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสตรีไทย: ศึกษากรณีสตรีผู้  
ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในกรุงเทพมหานคร. (คุชฎีนิพนธ์ปรัชญาคุชฎีบัณฑิต).

กรุงเทพฯ. วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก. สืบค้นจาก

[http://mis.krirk.ac.th/librarytext/PCC/2561/F\\_Suchada\\_Vesarattakul.pdf](http://mis.krirk.ac.th/librarytext/PCC/2561/F_Suchada_Vesarattakul.pdf)

สุชานุช พันธุ์นิยะ และฮาซันอักกรม ดงนะเต็ง. (2563). คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึง  
ประสงค์ในทัศนของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง. วารสารสถาบัน

พระปกเกล้า.18(3),17-35.

สุภาพ กริ่งรัมย์. (2555). กลวิธีการโน้มน้าวใจในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งทั่วไปปีพ.ศ. 2554 ของ

นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา

บัณฑิตคณะมนุษยศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุเมธ แสงนิมมว. (2552). ภาวะผู้นำกับธรรมาภิบาลในการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น  
กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

สุรัชย์ ตังมกรา. (2558). การเมืองเรื่องการเลือกตั้ง: ศึกษาการหาเสียงเลือกตั้งวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.

2553 เขตเลือกตั้งที่ 5 จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยบริการ

- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 26(1), 82-89. สืบค้นจาก.  
<https://journal.oas.psu.ac.th/index.php/asj/article/download/740/802>
- เสน่ห์ จุ้ยโต. (2558). แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์. (2562). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภาคกลาง.  
*วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี* 13(3),41-51.
- แสงชัย อภิชชาติธนพัฒน์. (2559). *หลักการธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กร* [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]/  
 วิทยาลัยรัฐธรรมนุญ สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ.
- หทัยชนก รัตนชาติ. (2558). *การสื่อสารโน้มน้าวใจเชิงอารมณ์เพื่อต่อต้านการใช้สัตว์ทดลองของ  
 บริษัทเครื่องสำอาง.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2547). *สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา.  
 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.*
- อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. (2554). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:  
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาคม วัดไธสง. (2547). *หน้าที่ ผู้นำในการบริหารการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. สงขลา: ภารกิจ เอกสาร  
 และตำรามหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อุทัย ปริญาสุทธินันท์. (2562). นโยบายสาธารณะกับชุมชนบางเหริยง: ประเด็นทบทวนสู่  
 ความสำเร็จและยั่งยืนของการขับเคลื่อนนโยบาย. *วารสารมนุษยศาสตร์และ  
 สังคมศาสตร์*, 10(1), 93-94. สืบค้นจาก. [https://so02.tci-  
 thaijo.org/index.php/human\\_ubu/article/view/182708](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/182708)
- Bernard M.Bass. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning  
 to share the vision. *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-31  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/009026169090061S>
- Brown J., Gaudin P. and Moran W. (2013). PR and Communication in Local  
 Government and Public Services. United Kindom, Kogan Page Limited .
- Carl J. Friedrich. (1942). The New Belief in the Common Man. *American Political  
 Science Review*, 36(6), 1154–1156.
- Charles E. Smith. (1994). The Merlin Factor: Leadership and Strategic Intent. *Business  
 Strategy Review*, 5(1), 67-84.
- Cohen J. M and Uphoff N. T. (1977). *Rural Development Participation: Concepts and  
 Measures for Project Design, Implementation and Evaluation* (Ithaca NY:  
 Rural Development Committee, Cornell University).



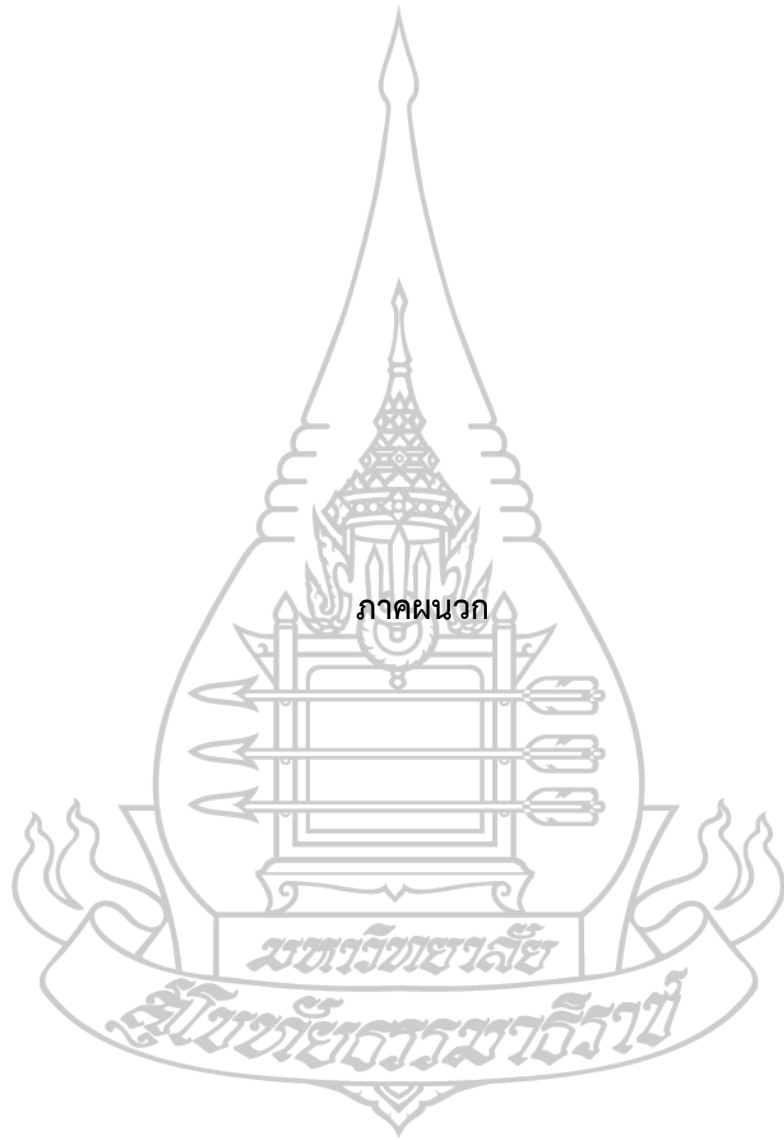
- Colin Scott, Mike Medeiros (2020). Personality and political careers: What personality types are likely to run for office and get elected?, *Personality and Individual Differences*, Volume 152.
- Deborah J. Barrrett. (2010). *Leadership Communication Third Edition*. New York McGraw-Hill Companies.
- El Adawiyah, S., Hubeis, A., Sumarti, T., & Susanto, D. (2020). Political Communication of Indonesian Female Regional Leaders. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 365-372.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. University of California Press. Berkeley.
- Haime, A., Vallejo, A., & Schwindt-Bayer, L. (2022). Candidate experience and electoral success. *Latin American Research Review*, 57(1), 170-187.
- John P. Kotter. (1996). *Leading Change*. Boston: Harvard Business School.
- Matthes, Jörg. (2009). What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communication Journals. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 86. 349-367.
- Mukarom, Z. (2022). Political communication strategies to increase the opportunity of women's political representation in Indonesian parliament. *Journal of International Women's Studies*, 23(1), 1-14. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/political-communication-strategies-increase/docview/2627991489/se-2>
- Ranney, Austin. (1993). *Governing: An Introduction to Political Science*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Stogdill, Ralph, M. (1974). *Hand Book of Leadership : A Survey of the Literature*. New York: Free press.
- Stoyanov, Rossen. (2023). *The Political Image Making*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/375765487\\_The\\_Political\\_Image\\_Making](https://www.researchgate.net/publication/375765487_The_Political_Image_Making)
- Usrotul Affah & Dedik Yoga Hermawan. (2020). Political Communication Strategy of Single Candidate: The Case of Wonosobo Regional Election 2020. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 5(1), 1-10. สืบค้นจาก <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/resolusi.v5i1.2298>

Valgarðsson, V. O., Clarke, N., Jennings, W., & Stoker, G. (2021). The Good Politician and Political Trust: An Authenticity Gap in British Politics?. *Political Studies*. 69(4)

Wagner, A. (2015). *The Pursuit of Electoral Visibility: The Political Communication Strategies of Canadian Municipal Candidates*. (Doctor of philosophy thesis Department of Political Science). Canada. University of Alberta สืบค้นจาก <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Pursuit-of-Electoral-Visibility%3A-The-Political-Wagner/d2f2d0803baceb4167a405cc4ecf61015f90d352>

Weber, M.(1947) *The Theory of Social and Economic Organizations*. Translated by A.M.Handerson and T. Parsons. New York: Free Press.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมมาธิราช



ภาคผนวก ก  
เครื่องมือสำหรับการวิจัย

## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ชุดที่ 1

### โครงการคุณวุฒิพนธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์

แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น  
เรื่อง การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
สำหรับ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 1 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

(ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

**ประเด็นที่ 1 ความรู้ ทักษะการสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์**

- 1) ท่านคิดว่าความรู้ด้านใดสำคัญที่สุดในการเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
- 2) ท่านคิดว่าคุณลักษณะของท่านเรื่องใดที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ตัดสินใจเลือกท่าน
- 3) ท่านมีเทคนิคอย่างไรให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ท่านต้องการนำเสนอ
- 4) ท่านมีคำพูดติดปากที่ทำให้ประชาชนจดจำได้หรือไม่
- 5) ท่านคิดว่าประชาชนประทับใจในตัวท่านเรื่องใด
- 6) ท่านลงพื้นที่เพื่อพูดคุยกับประชาชนบ่อยหรือไม่

**ประเด็นที่ 2 คุณธรรม อุทิศการณ และความมุ่งมั่น**

- 1) ท่านคิดว่าจริยธรรมเรื่องใดสำคัญที่สุดในการทำงานกับประชาชน
- 2) ท่านคิดว่าคุณธรรมในเรื่องใดที่ท่านแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนที่สุด
- 3) ท่านคิดว่าการทำงานเพื่อส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญในการเป็นผู้นำหรือไม่ และท่านได้ให้

ประชาชนมีส่วนร่วมเรื่องอะไรบ้าง

- 4) ท่านคิดว่าการรับฟังเรื่องราวของประชาชนมีความสำคัญอย่างไร
- 5) ท่านคิดว่าการทำตามนโยบายที่หาเสียงจำเป็นหรือไม่
- 6) อุปสรรคในการทำงานแบบไหนที่ท่านคิดว่ายากที่สุด
- 7) อุทิศการณทางการเมืองของท่านคืออะไร



แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
(ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ประเด็นที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์

ประเด็นย่อยที่ 1 วิสัยทัศน์ทางการเมือง

- 1) ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่โดดเด่นที่สุดของท่านคืออะไร
- 2) ท่านมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองอย่างไรบ้าง เพื่อให้ประชาชนรับทราบ
- 3) ท่านมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองผ่านช่องทางใดบ้าง

ประเด็นย่อยที่ 2 วิสัยทัศน์ทางการบริหาร

- 1) ท่านมีการดำเนินการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารอย่างไร
- 2) ท่านมีการดำเนินงานอย่างไรให้ผู้ได้บังคับบัญชารับทราบถึงวิสัยทัศน์ทางการ

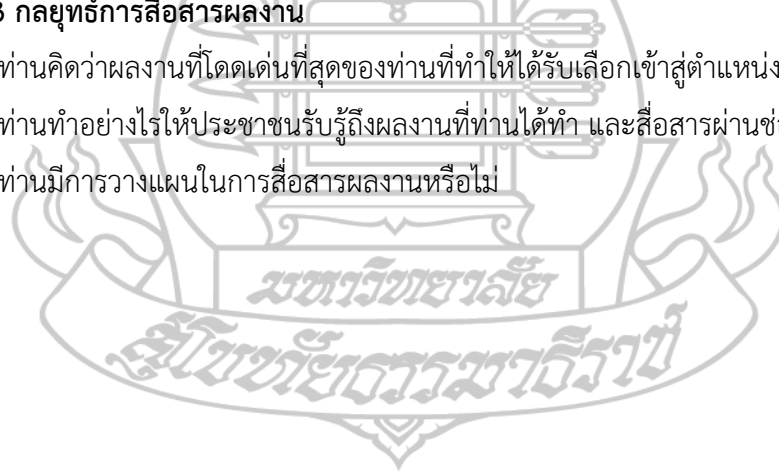
บริหารของท่านและใช้ช่องทางใดบ้างในการสื่อสาร

ประเด็นที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย

- 1) ท่านมีแนวทางอย่างไรในการการสื่อสารนโยบายให้ประชาชนรับทราบ
- 2) ท่านเลือกใช้ช่องทางใดบ้างในการสื่อสารไปยังประชาชน
- 3) ท่านมีการวางแผนในการสื่อสารนโยบายหรือไม่ อย่างไร

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน

- 1) ท่านคิดว่าผลงานที่โดดเด่นที่สุดของท่านที่ทำให้ได้รับเลือกเข้าสู่ตำแหน่งคืออะไร
- 2) ท่านทำอย่างไรให้ประชาชนรับรู้ถึงผลงานที่ท่านได้ทำ และสื่อสารผ่านช่องทางใด
- 3) ท่านมีการวางแผนในการสื่อสารผลงานหรือไม่



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ชุดที่ 2

### โครงการคุณวุฒิพนธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์

แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

เรื่อง การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

สำหรับ ทิมวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 1 การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

(ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ประเด็นที่ 1 ความรู้ ทักษะการสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์

- 1) ภูมิหลังก่อนเข้าสู่การแข่งขันเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ถูกใช้เป็นเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งหรือไม่
- 2) ท่านคิดว่าความรู้ด้านใดของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เป็นจุดแข็ง
- 3) ท่านคิดว่าคุณลักษณะของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเรื่องใดที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ตัดสินใจเลือก
- 4) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีเทคนิคอย่างไรให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ต้องการนำเสนอ
- 5) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีคำพูดติดปากที่ทำให้ประชาชนจดจำได้หรือไม่
- 6) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดทำอย่างไรเพื่อให้ประชาชนประทับใจในตัวของท่าน
- 7) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดลงพื้นที่เพื่อพูดคุยกับประชาชนบ่อยหรือไม่

## ประเด็นที่ 2 คุณธรรม อุดมการณ์ และความมุ่งมั่น

- 1) จริยธรรมหรือคุณธรรมที่โดดเด่นในการทำงานของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดคือเรื่องใด
- 2) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดรับฟังเรื่องราวของประชาชนบ่อยหรือไม่ หรือให้ประชาชนมีส่วนร่วมเรื่องใดบ้าง
- 3) ท่านคิดว่าคุณลักษณะในการเป็นผู้นำของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ทำให้ประชาชนตัดสินใจเลือก

## แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

### ประเด็นที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์

#### ประเด็นย่อยที่ 1 วิสัยทัศน์ทางการเมือง

- 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองประเด็นอะไรที่เด่นชัดที่สุด
- 2) มีการกำหนดเนื้อหาวิสัยทัศน์ทางการเมืองที่จะสื่อสารกับประชาชนอย่างไร และผ่านช่องทางใดบ้าง
- 3) การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองนี้ได้มีการวางแผนก่อนหรือไม่

#### ประเด็นย่อยที่ 2 วิสัยทัศน์ทางการบริหาร

- 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีการดำเนินการสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารอย่างไร
- 2) มีการกำหนดเนื้อหาวิสัยทัศน์ทางการบริหารที่จะสื่อสารไปยังผู้ได้บังคับบัญชาอย่างไรและผ่านช่องทางใดบ้าง

### ประเด็นที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย

- 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีแนวทางการสื่อสารนโยบายอย่างไรให้ประชาชนรับทราบ ผ่านช่องทางใดบ้าง
- 2) มีการวางแผนในการสื่อสารนโยบายหรือไม่ อย่างไร

### ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน

- 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีการสื่อสารผลงานที่ได้ทำให้ประชาชนรับทราบอย่างไรผ่านช่องทางใดบ้าง
- 2) มีการวางแผนในการสื่อสารผลงานหรือไม่

### แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ชุดที่ 3

#### โครงการคุณวุฒิพนธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์

#### แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

#### เรื่อง การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

#### สำหรับ นักวิชาการการสื่อสารทางการเมือง

ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

แบบสัมภาษณ์ แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

(ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ประเด็นที่ 1 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ

- ท่านคิดว่าควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะเพิ่มเติมอย่างไร และอะไรคือหลักในการพิจารณาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะ
- ท่านคิดว่าควรพัฒนาคุณลักษณะของผู้นำและการจัดการการสื่อสารเพิ่มเติมอย่างไร

ประเด็นที่ 2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง

ประเด็นย่อยที่ 1 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์

1.1 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง

- ท่านคิดว่าควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองเพิ่มเติมอย่างไร และอะไรคือหลักในการพิจารณาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง

1.2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร

- ท่านคิดว่าควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหารเพิ่มเติมอย่างไร และอะไรคือหลักในการพิจารณาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร

**ประเด็นย่อยที่ 2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย**

- ท่านคิดว่าควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายเพิ่มเติมอย่างไร และอะไรคือหลักในการพิจารณาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย

**ประเด็นย่อยที่ 3 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน**

- ท่านคิดว่าควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงานเพิ่มเติมอย่างไร และอะไรคือหลักในการพิจารณาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน







ภาคผนวก ข

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของโครงการวิจัย  
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เลขที่ใบรับรอง : 025.66

วิธีพิจารณา : แบบเร็ว

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พิจารณาแล้วเห็นสมควรรับรองโครงการวิจัยและเอกสารประกอบโครงการวิจัยต่อไปนี้

ชื่อโครงการวิจัย : การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
รหัสโครงการวิจัย : STOUIRB 2567/003.1210  
หัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวกานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม  
: นักศึกษาระดับปริญญาเอก  
หน่วยงาน : สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
รายการเอกสารที่รับรอง : 1) AF-04\_06 แบบเสนอโครงการวิจัย  
2) AF-06\_06 หนังสือแสดงความยินยอมฯ อายุ 18 ปีขึ้นไป  
3) แบบสัมภาษณ์

ลงชื่อ.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมใจ พุทธาพิทักษ์ผล)

ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

ลงชื่อ.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สังวรณ์ รัตกระโทก)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

วันที่ทำการรับรอง : 27 พฤศจิกายน 2566

วันหมดอายุใบรับรอง : 26 พฤศจิกายน 2567

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ที่ตั้ง : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 9/9 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์ : 02 504 7596 อีเมล : cre@stou.ac.th

## ประวัติผู้วิจัย

|                   |  |
|-------------------|--|
| ชื่อ              | นางสาวกานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม   |
| วัน เดือน ปี เกิด | 21 ตุลาคม 2531   |
| สถานที่เกิด       | เขตบางรัก จังหวัดกรุงเทพมหานคร   |
| ประวัติการศึกษา   | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2562<br>วิศวกรรมศาสตร์ (วศ.บ.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2554                              |
| สถานที่ทำงาน      | ฝ่ายบำรุงรักษา ทำอากาศยานเชียงใหม่   |
| ตำแหน่ง           | พ.ศ.2555-2559 วิศวกรออกแบบ บริษัท อีซูซุเทคนิคคอลเซ็นเตอร์ออฟเอเชีย จำกัด<br>พ.ศ.2559-ปัจจุบัน วิศวกร บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) |

