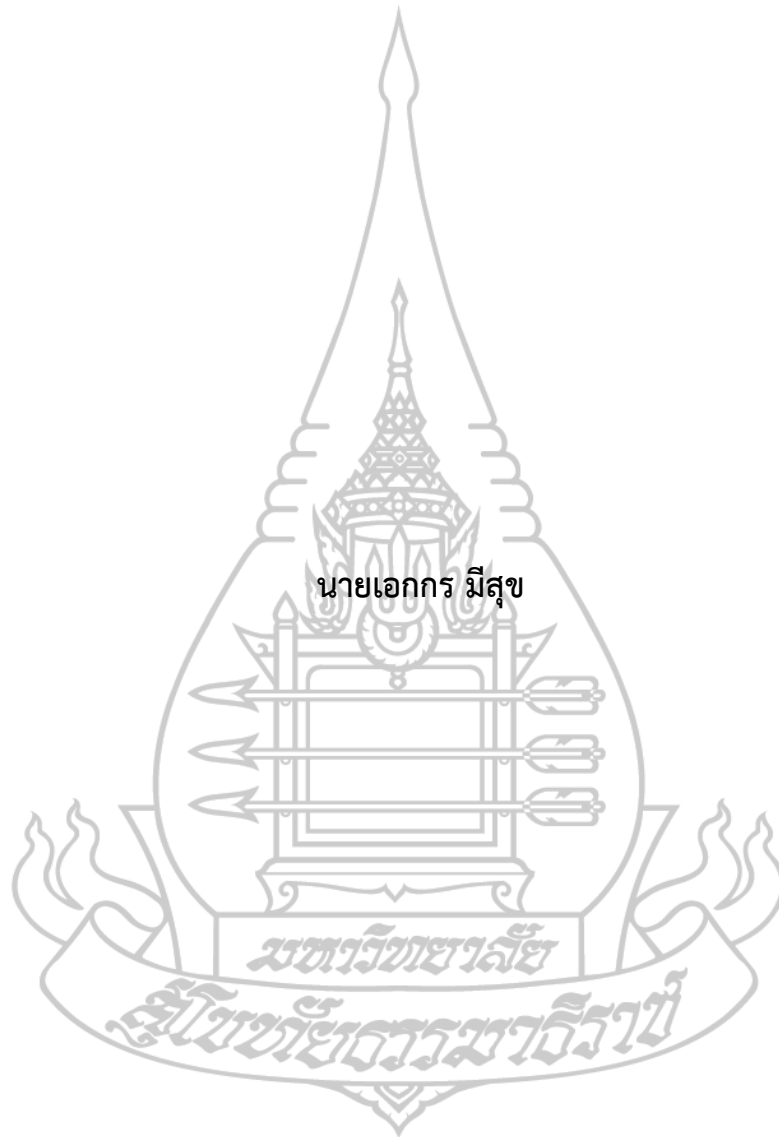


การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้



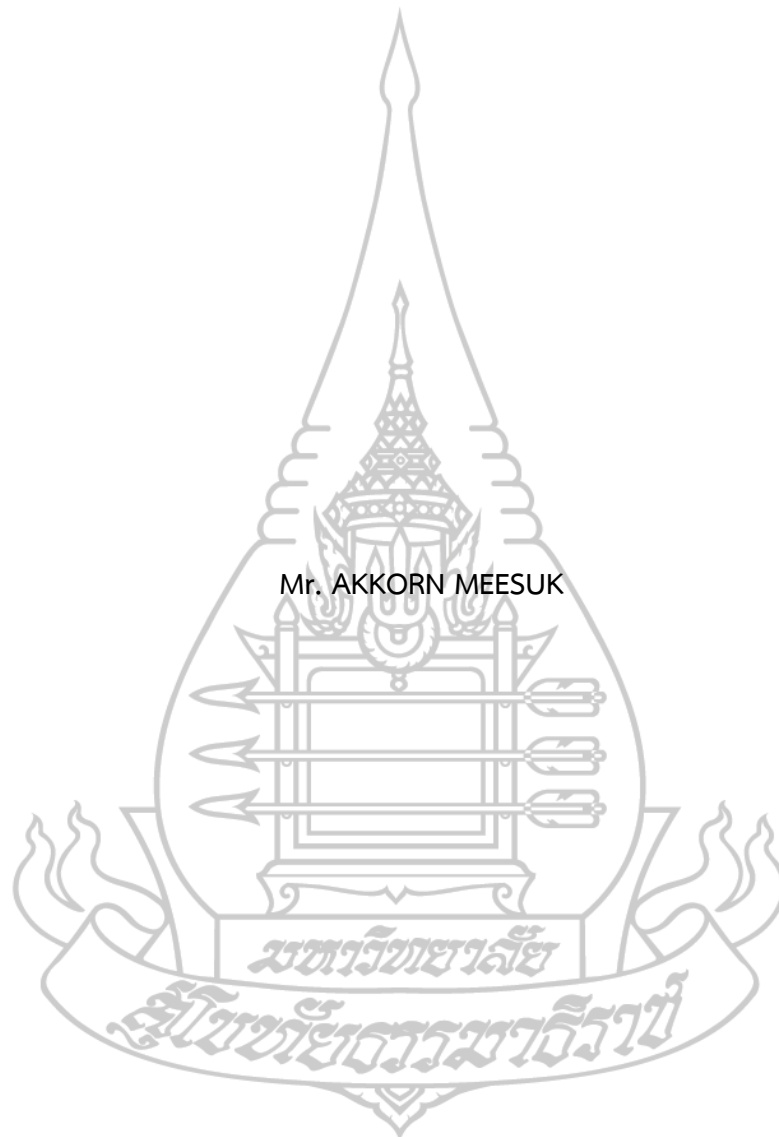
คู่มือฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการ

สื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Communication of the Characteristics of Local Administrators to Build
Political Popularity in Southern Thailand



Mr. AKKORN MEESUK

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 การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

ชื่อและนามสกุล นายเอกกร มีสุข

แขนงวิชา / วิชาเอก นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา
1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท

คุณสมบัติพิเศษนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาเอก เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2566

คณะกรรมการสอบคุณสมบัติ

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท)

..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

ชื่อคุณนิพนธ์ การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

ผู้วิจัย นายเอกกร มีสุข รหัสนักศึกษา 4631500412

ปริญญา: ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ (3) รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนธิ ปีการศึกษา 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ 2) การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้าง ค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ 3) กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยตรงจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 6 แห่ง ได้แก่ (1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล (3) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช (4) เทศบาลตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี (5) เทศบาลตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง และ (6) องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา จำนวน 5 กลุ่ม รวมจำนวน 33 คน ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 6 คน (2) เจ้าหน้าที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 คน (3) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานสื่อสาร จำนวน 6 คน (4) ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 12 คน และ (5) นักวิชาการด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ (1) ด้านประวัติและภูมิหลังของ ผู้บริหารองค์กรสำเร็จการศึกษาขั้นต้นระดับปริญญาตรี มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจจากกรณีผลงานเป็นที่ประจักษ์เป็นที่ของประชาชน มีความเสียสละและเป็นผู้สร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม (2) ด้านสมรรถนะด้านการพูด การฟัง การนำเสนอในระดับเชี่ยวชาญ มีบุคลิกท่าทางและการแสดงออกที่เหมาะสม ภาพลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นน่าจดจำ เข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้เทคโนโลยีพื้นฐานเพื่อการบริหารงาน และ (3) ด้านความเป็นผู้นำองค์กรมีเป้าหมายชัดเจน ยึดหลักความถูกต้อง เข้าใจในบทบาทหน้าที่สร้างการมีส่วนร่วมในทำงานที่ถือประโยชน์ของประชาชน และเป็นแบบอย่างที่ดี 2) การจัดการการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ (1) ขั้นตอนกำหนดประเด็นเนื้อหาการสื่อสารที่สอดคล้องกับความรู้ทักษะ ประสบการณ์และผลงานที่โดดเด่นของผู้บริหารองค์กร มีความเชื่อมั่น กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายที่เหมาะสม การรับฟังผู้อื่นอย่างเข้าใจ มุ่งเน้นการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน มีการจัดโครงสร้างและระบบงานบริหารองค์กรที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ (2) ขั้นตอนดำเนินการผลิตสื่อและเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ด้วยสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ และ (3) ขั้นตอนประเมินผลการสื่อสารจากผู้ประเมินภายในและภายนอกที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ 3) กลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ (1) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายสนับสนุนในชุมชนที่มุ่งเน้นการลงพื้นที่เพื่อประสานประโยชน์และการแก้ปัญหา (2) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์เน้นการเผชิญหน้าด้วยการพูดคุยกับทุกกลุ่มกิจกรรมและเครือข่าย (3) กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนด้วยกิจกรรมองค์กรและบริบทของพื้นที่ และ (4) กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ผลงานด้วยสื่อสารองค์กรและสื่อสารด้วยตนเองด้วยกิจกรรมและช่องทางสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ (1) การพัฒนาคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ท่าทางการแสดงออก ทักษะการสื่อสาร ในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล โดยการเรียนรู้ฝึกฝนพัฒนาด้วยตนเองหรือการฝึกฝนโดยการฝึกอบรมจากสถาบันต่างๆ (2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสาร โดยองค์กรต้องจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารและทีมผู้ปฏิบัติงานการสื่อสารองค์กร และ (3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร โดยผู้บริหารองค์กรจะต้องวางแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์กับมวลสมาชิก การจัดกิจกรรมและการสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง และพัฒนาระบบการประเมินผลการสื่อสารที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

คำสำคัญ การจัดการการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร สร้างค่านิยม ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Dissertation title: “Communication of the Characteristics of Local Administrators to Build Political Popularity in Southern Thailand ”

Researcher: “Mr. AKKORN MEESUK”; ID: “4631500412”;

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

Dissertation advisors: (1) Dr. Wittayatorn Tokeaw, Associate Professor (2) Dr. Karn Boonsiri, Assistant Professor (3) Dr. Sman Ngamsanit, Associate Professor , Academic year: 2023

Abstract

The objective of this research was to study communication about the characteristics of local administrators in Southern Thailand for the purpose of building political popularity in terms of 1) the desired qualities of a local administrator; 2) management of communications; 3) communication strategies; and 4) approaches for improving communication.

This was qualitative research undertaken by the in-depth interview method. The key informants were chosen through purposive selection from among people directly involved with the topic from 6 local administrative areas in southern Thailand: (1) Surat Thani Provincial Administrative Organization, (2) Satun Provincial Administrative Organization, (3) Thesaban Mueang Thung Song, Nakhon Si Thammarat Province, (4) Thesaban Tambon Ban Song, Surat Thani Province, (5) Thesaban Tambon Khok Lo, Trang Province, and (6) Tha Kham Tambon Administrative Organization, Songkhla Province. The 33 key informants came from 5 groups: (1) 6 administrators of local administrative organizations, (2) 6 heads of public relations divisions, (3) 6 operations officials in charge of communications work, (4) 12 community leaders who were message receivers, and (5) 3 academics from the field of communication arts. The research tool was a structured in-depth interview form. Data were analyzed by forming conclusions.

The results showed that 1) there were 3 main facets of a local administrator's characteristics that could be drawn on to build political popularity: (1) background – the individual's educational achievement, which should be at least bachelor's degree; credibility/trustworthiness, as reflected in visible past work results that show that the administrator is someone on whom the people can depend; sacrificing and working for the common good; (2) expert level speaking, listening and presenting skills, which should be combined with suitable character traits and ways of expression, a memorable, unique and striking personality, carriage and image, being accessible, and ability to use basic technology in administrative work; and (3) leadership, demonstrated by clearly defined goals, adherence to morality, a good understanding of a local administrator's roles and responsibilities, inviting participation in the work for the people's benefit, and acting as a good role model. 2) There were 3 steps to communication management: (1) determining the talking points based on the administrator's knowledge, skills, experience, and outstanding work results, emphasizing his or her quality of being confident and daring to act, think and make decisions, having good human relations, appropriate choice of attire, listening to others attentively, good intention to solve local people's problems, and effective management of the local administrative organization's work system and structure; (2) media production and dissemination through a wide variety of conventional and new communication channels to reach the target audience groups; and (3) evaluation of the results of communication through internal and external assessors using reliable evaluation standards. 3) There were 4 communication strategies that were utilized: (1) building a network of supporters in the community by visiting the constituents, coordinating benefits and solving problems; (2) building relationships by meeting with people and talking with all kinds of groups and networks; (3) promoting public participation through activities and the local context; and (4) continuously using personal communications, activities, organizational communications and other media to increase public awareness of work results. 4) There were 3 main approaches identified for improving the communications of local administrators to build political popularity: (1) developing the administrator's way of personal expression and personality traits as well as communication skills through use of digital communication technology, either by independent study and practice or formal training through an institution; (2) developing communication management through a learning process to enhance the communication capacities of the administrator and the operations-level workers at the local administrative organization; and (3) developing communication strategies through planning to build up the communications network, build better relationships with network members, frequently organizing activities and building awareness, and refining the evaluation of communications to make sure the assessments are on point.

Keywords : Communication management, Communication strategy, Popularity building, Local administrator

กิตติกรรมประกาศ

การทำคุณฐิณิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร. วิทยากร ท่อแก้วอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กานต์ บุญศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และ รองศาสตราจารย์ ดร. สมาน งามสนิท ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำคุณฐิณิพนธ์ ครั้งนี้ อย่างใกล้ชิดตลอดมานับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. จิตตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ประธานกรรมการและรองศาสตราจารย์ ดร. เสนีย์ คำสุข กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่สละเวลาสอบปกป้องคุณฐิณิพนธ์และกรุณาให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการ พัฒนาคุณฐิณิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการงานสื่อสารและผู้นำชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ทั้ง 33 คน ที่เสียสละเวลาอันมีค่า ร่วมมือให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารทางการเมือง รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาภรณ์ ศรีดี อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ สิงห์ขจรคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และ อาจารย์ ดร. มณี ศรีสมุทร นักวิชาการสื่อสารและที่ปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ได้กรุณาช่วยให้คำปรึกษาด้วยความเมตตาและเสริมสร้างกำลังใจให้ผู้วิจัยได้ก่อเกิดแรงผลักดันในการทำคุณฐิณิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่งและมีมิตรผู้เป็นอัญมณีของขวัญอันล้ำค่าที่สุดที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้การสนับสนุนช่วยเหลือเป็นกำลังใจตลอดมาในการทำคุณฐิณิพนธ์ในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นายเอกกร มีสุข

กันยายน 2566

สารบัญ

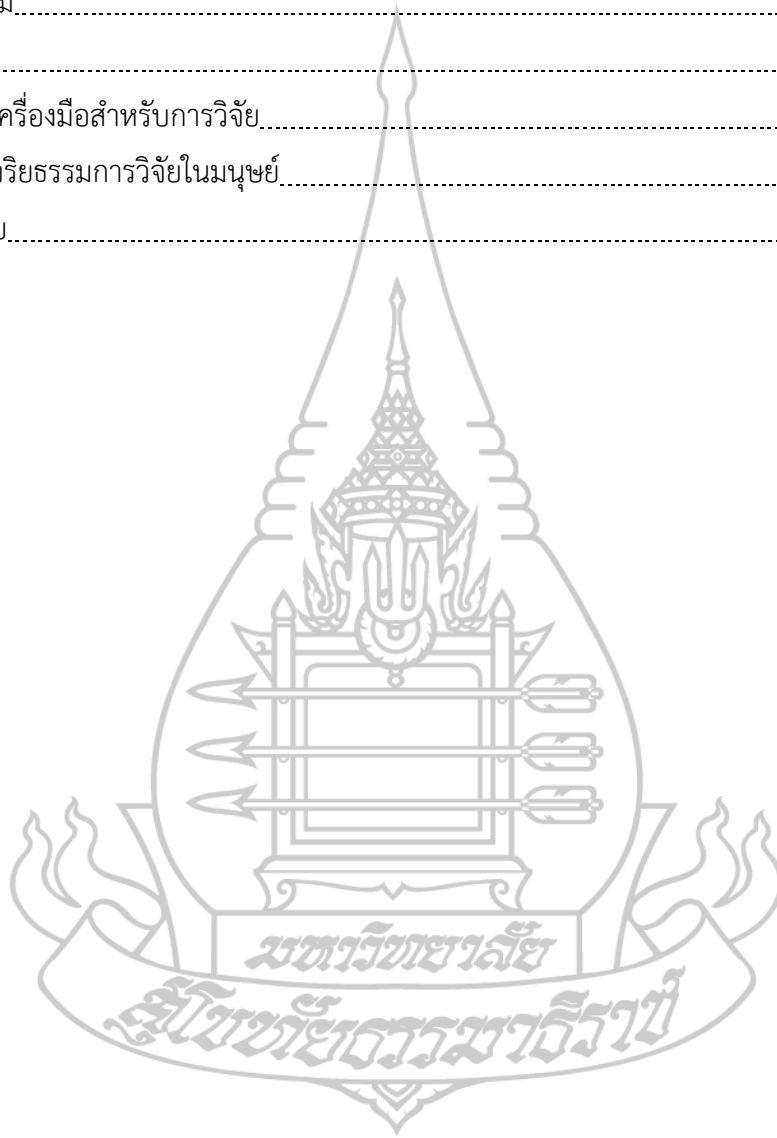
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
กรอบแนวคิดการวิจัย	9
ขอบเขตการวิจัย	10
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	11
ประโยชน์ที่ได้รับ	14
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง	16
แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำ	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการสื่อสารคุณลักษณะ ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง	32
แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง	32
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสื่อสารคุณลักษณะ ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	40
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง	48
แนวคิดการสื่อสารความนิยม	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร.....	49
แนวคิดการสื่อสารการตลาดทางการเมืองแบบบูรณาการ.....	50
ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ (uses and gratifications theory).....	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภาคใต้.....	55
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	60
แบบของการวิจัย	60
ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง.....	71
ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้.....	88
ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้.....	106
ส่วนที่ 4 ผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้.....	140
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	163
สรุปผลการวิจัย.....	163
อภิปรายผลการวิจัย.....	176
ข้อเสนอแนะ	197

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	199
ภาคผนวก.....	205
ก เครื่องมือสำหรับการวิจัย.....	206
ข จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์.....	213
ประวัติผู้วิจัย.....	215



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย..... 9
ภาพที่ 2.1	กรอบทฤษฎีคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง..... 31
ภาพที่ 2.2	แสดงการสื่อสารทางการเมืองของLilleker (2006)..... 34
ภาพที่ 2.3	แสดงการสื่อสารทางการเมืองของMcNair (2018)..... 35
ภาพที่ 2.4	แสดงระบบการเมืองของEaston (1965)..... 36
ภาพที่ 2.5	แสดงรูปแบบกระบวนการสื่อสารทางการเมือง..... 40
ภาพที่ 2.6	กรอบทฤษฎีการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง..... 47
ภาพที่ 2.7	แสดงทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ..... 52
ภาพที่ 2.8	กรอบทฤษฎีกลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง..... 54
ภาพที่ 4.1	ด้านประวัติและภูมิหลัง..... 71
ภาพที่ 4.2	ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร..... 76
ภาพที่ 4.3	ด้านความเป็นผู้นำนองค์กร..... 81
ภาพที่ 4.4	ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น..... 88
ภาพที่ 4.5	ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำนองค์กร..... 95
ภาพที่ 4.6	ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร..... 101
ภาพที่ 4.7	ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย..... 107
ภาพที่ 4.8	ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์..... 115
ภาพที่ 4.9	ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม..... 123
ภาพที่ 4.10	ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้..... 131
ภาพที่ 4.11	การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น..... 140
ภาพที่ 4.12	การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น..... 145
ภาพที่ 4.13	การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น..... 153

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.14 แสดงการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น.....	161



บทที่ 1

บทนำ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารโดยบทที่ 1 ซึ่งเป็นบทนำ ประกอบด้วย 7 ส่วน ได้แก่ 1) ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 2) คำถามการวิจัย 3) วัตถุประสงค์การวิจัย 4) กรอบแนวคิดการวิจัย 5) ขอบเขตการวิจัย 6) นิยามศัพท์เฉพาะและ 7) ประโยชน์ที่ได้รับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ศาสตร์การสื่อสารทางการเมืองมีมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณอาศัยการยอมรับจากประชาชนและกลุ่มสังคมที่เกี่ยวข้องในการบรรลุเป้าหมายนั้นๆ และมีการพัฒนาต่อเนื่องควบคู่กับด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีการซับซ้อนมากยิ่งขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเมือง แต่อย่างไรก็ตาม จุดมุ่งหมายการสื่อสารทางการเมืองยังคงมีเป้าหมายที่จะถ่ายทอดและขยายอุดมการณ์เผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมืองเป็นสิ่งสำคัญ (ยุทธพร อิศรชัย, 2561, น.5-15) ซึ่งผู้กระทำทางการเมือง (political actors) จะใช้สื่อในรูปแบบและวิธีการต่างๆ นั้นเพื่อมุ่งหวังให้เรื่องราวข้อมูลข่าวสารได้ถูกรับรู้ จึงเห็นได้ว่าในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์ขององค์กรทางการเมือง ประชาชน และสื่อที่มีความมุ่งหมายกระทำทางการเมืองให้เป็นที่เข้าใจและกลายเป็นความเป็นจริงเกิดขึ้น (ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2560, น.84) สรุปได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นสะพานเชื่อมสัมพันธ์กันระหว่างองค์กรทางการเมืองสื่อ และประชาชนที่ไม่สามารถแยกออกจากกัน ทั้งยังมีความสัมพันธ์กับแน่นแฟ้นผ่านสื่อในรูปแบบและเทคโนโลยีทางการสื่อสารส่งผลและมีอิทธิพลต่อการสร้างกล่อมเกลாதองการเมืองที่เกี่ยวข้องกับทุกคนในสังคมไทยไม่มากก็น้อย

การปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทยตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนดในปี พ.ศ.2547 กฎหมายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดวิธีการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรง ซึ่ง ณ วันที่ 9 กันยายน พ.ศ.2563 จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีทั้งสิ้น 7,850แห่ง (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น <http://www.dla.go.th/work/abt/index.jsp> สืบค้นเมื่อ 14/11/64) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถือเป็นส่วนหนึ่งของรัฐภายใต้หลักการกระจายหรือถ่ายโอนอำนาจส่งผลทำให้องค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่นมีลักษณะเป็นองค์กรที่มีความเป็นนิติบุคคลที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นและอิสระแยกออกจากราชการส่วนกลาง โดยมีผู้บริหารองค์กรรวมไปถึงสมาชิกสภาของท้องถิ่นที่มาจากการเลือกตั้งของประชาชนท้องถิ่นนั้นๆ มีอำนาจหน้าที่และภารกิจในการปฏิบัติงานตามที่รัฐบาลส่วนกลางได้ถ่ายโอนมาให้ มีงบประมาณและรายได้ที่เป็นของตนเองพร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการปฏิบัติงานและจัดบริการสาธารณะของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันการปกครองท้องถิ่นทั่วไปแบ่งออกเป็นองค์กรบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลนคร เทศบาลตำบล และองค์กรบริหารส่วนตำบลซึ่งการได้มาของผู้บริหารองค์กรและสมาชิกสภาท้องถิ่นนั้นจะต้องมาจากการตัวแทนของประชาชนที่ได้รับคะแนนนิยมสูงสุดในการเลือกตั้ง (ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สุภก่าปึง, สติธร ธนานิธิโชติ และ จารุวรรณ กาบซ้อน, 2558)

ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของไทย ได้แก่ นายกองค์กรบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์กรบริหารส่วนตำบลที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนตามกฎหมายเลือกตั้งสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานตามกรอบกฎหมายกำหนดเพื่อแบ่งเบาภาระจากราชการส่วนกลางในการตอบสนองสร้างคุณประโยชน์แก่ประชาชนในท้องถิ่นและแก้ปัญหาต่างๆ ในพื้นที่อย่างมีส่วนร่วมตามหลักการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ซึ่งผู้บริหารองค์กรจะต้องแถลงรายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ต่อสภาท้องถิ่นประจำปี (ทิศทางและความท้าทายของบริบทท้องถิ่นไทย

<https://kpi.ac.th/knowledge/book/data/1155?page=3> สืบค้นเมื่อ 5/12/64) สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารองค์กรและเผยแพร่นโยบาย ผลดำเนินงาน ประสานประโยชน์ และข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานขององค์กรให้กับประชาชนและเครือข่ายต่างๆ ได้รับรู้รับทราบและผลจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริหารงานของผู้บริหารองค์กรเกิดความราบรื่น ความร่วมมือร่วมใจความสามัคคี เข้าใจและการให้ความร่วมมือจากประชาชนเครือข่ายทั้งภาคราชการและเอกชนที่ช่วยผลักดันนโยบายและกิจกรรมร่วมกัน ทั้งยังเกิดภาพลักษณ์เชิงบวกกับองค์กรและตัวผู้บริหารองค์กรรวมไปถึงความนิยมของผู้บริหารองค์กรที่เกิดจากการรับรู้ของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ

ความนิยมทางการเมืองของไทย สิงห์ สิงขร (2560) ให้ความเห็นเรื่องความนิยมของผู้บริหารการเมืองท้องถิ่นไว้ว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้และการพัฒนาคุณลักษณะความเป็นผู้นำ การสร้างความสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายต่างๆ การรับรู้ผลงานและการแก้ปัญหาต่างๆ ในท้องถิ่นโดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะต้องพัฒนาการจัดการสื่อสาร เรียนรู้การวางแผนการดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนอาศัยกระทำการสื่อสารด้วยสื่อหลักและสื่อเสริมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง แล้วนำการประเมินผลมาปรับปรุงให้ดีขึ้น และยังมีความสอดคล้องกับธรรมรัตน์ ธรรมยาฤทธิ์ (2561, น.44) เห็นว่าความนิยมทางการเมืองไว้ว่าเป็นเรื่องของความชื่นชอบหรือ “รสนิยมทางการเมือง” ของบุคคลที่แสดงถึงความจงรักภักดี ความนิยม ความเชื่อมั่นศรัทธาที่

จะส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรม การเป็นสมาชิก การให้ความร่วมมือ สนับสนุนและ การช่วยเหลือทางการเมืองในรูปแบบต่างๆ ที่ตนมีความนิยมชมชอบ จึงสรุปได้ว่า ความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองหรือผู้นำทางการเมืองมีปัจจัยเกิดจากคุณลักษณะความเป็นผู้นำ การสร้างความสัมพันธ์ การสร้างผลงานเป็นที่ประจักษ์ และการแก้ปัญหาต่างๆ ในท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจและสนับสนุนในทางการเมืองด้านต่างๆ ของประชาชน ซึ่งทั้งนี้ “รสนิยมทางการเมือง” เกิดจากความผูกพัน ความเชื่อมั่น และมีศรัทธาของประชาชน

บริบทในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ ประกอบด้วย 14 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดชุมพร จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดพังงา จังหวัดพัทลุง จังหวัดภูเก็ต จังหวัดระนอง จังหวัดสตูล จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดยะลา ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน 2563 มีจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคใต้ทั้งสิ้น 1,176 แห่ง (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น <http://www.dla.go.th/work/abt/index.jsp> สืบค้นเมื่อ 14/11/64) โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขาและติดทะเลทั้งสองด้านบริบททางเศรษฐกิจจากประชากรส่วนใหญ่ยึดพึ่งพารายได้จากอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ได้แก่ การทำ สวน ทำไร่ ทำนา ประมง และมีส่วนน้อยที่มีอาชีพอื่น เช่น ข้าราชการ พ่อค้า เป็นต้น และบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างเป็นแบบพหุวัฒนธรรมมีความหลากหลายทางศาสนาทั้งพุทธ อิสลาม และศาสนาอื่น ๆ ร่วมด้วยแต่อยู่ได้ด้วยความเข้าใจตามหลักศาสนาที่ตนนับถือไปมาหาสู่กันและพึ่งพาอาศัยกันทั้งยังสร้างความเสมอภาคในสังคมที่อยู่ร่วมกัน (อินยพันธ์ จันทรทรงพล, 2560) จรูญ หยุทอง และ แสงอุทัย (2555) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับบริบทวัฒนธรรมทางการเมืองทางการเมืองของคนใต้ว่ามีลักษณะทางการเมืองที่มีความเฉพาะและแตกต่างออกไปจากภาคอื่นๆ ในทุกยุคทุกสมัยและเป็นที่ยอมรับว่าคนใต้มีความตื่นตัวทางการเมืองและมีทัศนคติทางการเมืองที่ทันสมัย และในส่วนของ อนุสรณ์ อุณโณ (2560) ได้มีทัศนะเกี่ยวกับคนใต้ว่าเป็นคนมีใจนักเลง รักอิสระ และไม่หวังพึ่งรัฐในการประกอบอาชีพและด้านเศรษฐกิจมักอาศัยความสามารถในการพึ่งตนเองเป็นหลัก ชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นระบบเครือญาติและเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งความเป็นญาติมักถูกแปลเป็นฐานเสียงทางการเมืองอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยมีศิลปินพื้นบ้านเป็นสื่อความรู้ทางการเมืองที่สำคัญของชาวภาคใต้ที่กลมกลืนและสร้างความเข้าใจทางการเมืองทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติด้วยการสื่อสารของศิลปินที่ส่งผ่านเรื่องราวหรือนิทานทั้งแง่มุมทางการเมืองและทัศนคติทางการเมืองที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของชาวภาคใต้ และในส่วนของทางการเมืองท้องถิ่นนอกจากอาศัยกลวิธีในการหาเสียงปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครได้รับชัยชนะมีปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ เครือญาติที่มารากเหง้า เหล่ากอ หรือ ลูกเต้าเหล่าใคร คุณสมบัติส่วนตัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสำเร็จการศึกษาและประสบการณ์การทำงานพัฒนาหรือการแก้ปัญหาส่วนร่วม และอาศัยความเป็นเครือญาติที่มีความสัมพันธ์เป็นเครือข่าย เนื่องจากการเมืองท้องถิ่นมีความใกล้ชิดกันกับคนในพื้นที่ ปัจจัยดังกล่าวจึงมีความสำคัญในการสนับสนุน

เป็นฐานเสียงทางการเมืองและกลุ่มนายทุนทางการเงินในการหาเสียงให้แก่ผู้สมัคร ซึ่งจากการเลือกตั้งองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ.2564 พบว่า ภาคใต้มีผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุดได้แก่ จังหวัดพัทลุง คิดเป็นร้อยละ 84.97 % และติด 10 ลำดับแรกของประเทศ จำนวน 6 จังหวัดจำนวนผู้มีสิทธิสูงสุดของทั้งประเทศ (แนวหน้า <https://www.naewna.com/politic/619656> สืบค้นเมื่อ 6 /12/64) สรุปได้ว่า บริบททางการเมืองในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ มีความโดดเด่นทั้งทางสังคมและวัฒนธรรมทางการเมืองที่มีความเฉพาะ กล่าวคือ ชาวภาคใต้ให้ความสนใจและความสำคัญทางการเมืองมีพฤติกรรมแสดงออกถึงการรักพวกพ้องและการช่วยเหลือในเชิงอุปถัมภ์ เหตุนี้ทำให้ผู้ที่ก้าวเข้ามาเป็นผู้นำทางการเมืองต้องมีความเกี่ยวข้องทางสายเลือด การจัดสรรผลประโยชน์ และการขยายอำนาจปกป้องตนเองและพวกพ้อง

คุณลักษณะผู้บริหารองค์การทางการเมือง จากเอกสารประกอบการสัมมนาในโครงการ “การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อร่างรัฐธรรมนูญ” (ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สุขกำปัง, สติธร ธนานิธิโชติ และ จารุวรรณ กาบซ้อน, 2558, น.31-32) ผู้นำการเมือง คือ ผู้สมัครได้รับเลือกตั้งทุกประเภทและทุกระดับทั้งระดับชาติและท้องถิ่นทุกตำแหน่ง และมีอำนาจหน้าที่ในการรับใช้ประชาชนอย่างเต็มความสามารถ รวมถึงใช้อำนาจหน้าที่ไม่ให้เกิดความเสียหายต่อของประเทศและประชาชน หรือชี้แนะให้ผู้อื่นไม่ปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญฉ้อฉล เอกราชเงินดาวน์ (2563) ได้อธิบายว่าภาวะผู้นำเป็นกระบวนการใช้ตามอำนาจหน้าที่ในการบริหารงาน ชี้นำ หรือสั่งการ เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร ภาวะผู้นำจึงเป็นการใช้ศิลปะในการบริหารงานอย่างเป็นกระบวนการในการจูงใจและปฏิสัมพันธ์ให้ทุกคนในองค์กรเพื่อดำเนินกิจกรรมให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดุษฎีรัตน์ โกสุภศิริ (2558) ได้สังเคราะห์ภาวะผู้นำแนวใหม่เรียกว่า “ภาวะผู้นำแบบดุลยภาพ” ประกอบด้วย 1) มีคุณภาพในองค์ความรู้ มีความรอบรู้ มีความใจกว้าง มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลในการบริหารจัดการ และปฏิบัติหน้าที่ การตัดสินใจอย่างรอบคอบเหมาะสม 2) ภาวะผู้นำที่มีศักยภาพเป็นเลิศที่มีความสามารถเป็นผู้นำตนเองและผู้อื่นรวมทั้งการบ่มเพาะภาวะผู้นำที่มีศักยภาพเป็นเลิศในทุกๆ ระดับขององค์กร และ 3) ภาวะผู้นำที่เกิดจากการปฏิบัติงานภายใต้สภาพเสมือนจริง จึงสรุปได้ว่า คุณลักษณะผู้บริหารองค์การทางการเมือง คือ การมีคุณสมบัติของผู้บริหารองค์การที่มีคุณลักษณะเป็นผู้นำทางการเมืองที่บ่งบอกถึงความดีที่เป็นคุณและมีความเฉพาะตัว และมีภาวะการนำในการบริหารจัดการองค์การและปฏิบัติหน้าที่ตามนโยบาย พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นตามอำนาจและหน้าที่ของกรอบกฎหมาย ทั้งต้องปรับปรุง ยืดหยุ่น และสร้างความสมดุลกับสิ่งที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอยู่เสมอทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ซึ่งคุณลักษณะผู้บริหารองค์การทางการเมือง ประกอบด้วย 1) เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ การมีวิสัยทัศน์ก้าวไกล การแก้ปัญหา และการเข้าใจในหน้าที่ 2) เป็นผู้มีความใส่ใจและวางตัวเป็นกลาง 3) มีความสามารถในการสื่อสารที่ดี

4) มีคุณธรรมจริยธรรมและความซื่อสัตย์ 5) มีมนุษยสัมพันธ์ในการจูงใจและให้กำลังใจผู้อื่น 6) กล้าหาญและมีความเด็ดขาดในการตัดสินใจ และ 7) ตระหนักต่อหน้าที่และรับผิดชอบทั้งเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม

รูปแบบการสื่อสาร แบบจำลองการสื่อสารของ Berlo (1960) ได้อธิบายปัจจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารบทบาทของภาษาหรือความหมายในพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ทางการสื่อสารที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (sender) ข้อมูลข่าวสาร (message) ช่องทางในการส่ง (channel) และผู้รับสาร (receiver) ซึ่งจากการศึกษาของมนัสชนก สุระชัยกุลวัฒนา (2557) เรื่องรูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในสื่อสารกับชาวบ้านในจังหวัดนครปฐม พบว่า รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) การสื่อสารด้วยการเผชิญหน้าโดยตรงเป็นการพูดคุยถึงความต้องการของชาวบ้านและชุมชนต่างๆ 2) การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่นสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่ออินเทอร์เน็ต และ 3) การประชุมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านผู้นำความคิดหรือผู้นำท้องถิ่นไปยังประชาชน สอดคล้องกับ นิชาวดี ตานีเห็ง (2562) ศึกษาเรื่องรูปแบบการใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนตำบลมีการใช้รูปแบบการสื่อสาร 8 รูปแบบ ดังนี้ 1) การสื่อสารเพื่อการบริหารองค์กร 2) การเปิดรับและแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ 3) การถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปสู่ประชาชน 5) การสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน 6) การสื่อสารเพื่อบำบัดทุกข์บำรุงสุขประชาชน 7) การสื่อสารเพื่อสร้างผลงาน และ 8) การสื่อสารเพื่อรักษาฐานเสียงทางการเมือง ซึ่งสามารถแบ่งสรุปรูปแบบการสื่อสารผ่านกระบวนการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการได้ว่าเป็นการส่งข่าวสารถึงประชาชน เจ้าหน้าที่บุคลากรภายในองค์กรและเครือข่ายต่างๆ อย่างเป็นระบบด้วยการจัดการการสื่อสาร

การจัดการ หมายถึง การจัดสรรและการใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกและผู้รับบริการมี 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดการองค์กร การเป็นผู้นำหรือผู้บริหาร และการประเมินผล (อุทัย เลหวิเชียร, 2558) J.Grunig, 1992 (อ้างถึงใน เชิดดวงไพรี, 2554) ได้ให้ความหมายการจัดการการสื่อสาร หมายถึง การเตรียมการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในองค์กรและระหว่างองค์กร การจัดการทางการสื่อสารการจัดโครงสร้าง และการเผยแพร่กิจกรรมการสื่อสารใหม่ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับองค์กร เครือข่าย หรือเทคโนโลยีการไว้วางหน้าอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย การวางแผน การดำเนินงาน และการปรับปรุงการสื่อสาร สรุปได้ว่า การจัดการการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรจึงเป็นการจัดการกับปัจจัยทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ การวางแผนการสื่อสาร การดำเนินงานการสื่อสาร และการประเมินผลการสื่อสารที่ประเมินการรับรู้ของผู้รับสาร

กลยุทธ์การสื่อสารเป็นวิธีการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับตามที่ต้องการของผู้ส่งสาร โดยผู้ส่งสารจะต้องใช้รูปแบบและวิธีการ

ตลอดจนกำหนดลักษณะและทิศทาง การสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อให้การสื่อสารเกิด ประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมาย (ภักชอุดา อำไพพรรณ, 2559), เสถียร เขยประทับ (2554) ได้ให้ทัศนะเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของนักการเมืองและการประสบความสำเร็จ ของนักการเมืองในยุคปัจจุบันไว้ว่า จะต้องสนใจและให้ความสำคัญกับการออกแบบการสื่อสารเพื่อให้ เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความผูกพัน (affinity) กับผู้นำทางการเมือง ได้แก่ 1) การสื่อสารเพื่อบำรุงรักษา (maintenance communication) โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ที่เอนเอียงมาฝ่ายตนเอง ผู้สนับสนุนฝ่ายตนเองและผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจ และ 2) การสื่อสารเพื่อชัยชนะ (conquest communication) โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้สนับสนุนฝ่ายคู่แข่ง ผู้ที่เอนเอียงไปฝ่ายคู่แข่งและผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจ และ ระพีพร ฤทธิไพโรจน์ (2548) เห็นว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับ ประกอบด้วยดังนี้ 1) กลยุทธ์ การสื่อสารการนำเสนออย่างเหมาะสม เป็นทั้งผู้พูดและผู้ฟังอย่างมีเหตุมีผล มีการวางตัวให้เหมาะสมกับ กลุ่มและสถานที่ 2) กลยุทธ์การสื่อสารสะท้อนปัญหาที่นำเสนอ การมีบทบาทนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ ต่อสาธารณชนให้เห็นถึงปัญหาและแนวทางแก้ไข และ 3) กลยุทธ์บทบาทผู้นำ ได้แก่ การเยี่ยมเยียน ประชาชน การลงพื้นที่รับฟังความต้องการของประชาชน ความสามารถในการแสดงอุดมการณ์ ของตนและความเป็นผู้นำสรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วย ด้านการสร้างเครือข่ายซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับประชาชนในพื้นที่ด้วยการกำหนดเป้าหมายและ ผลประโยชน์ การติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการมีส่วนร่วมและสนับสนุนในการทำงานด้าน นโยบายต่างๆ เพื่อให้เกิดการไว้วางใจ และเชื่อมั่น ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับภายในองค์กรและ ภายนอกองค์กรด้วยการติดต่อประสานงานส่งข้อมูลข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ร่วมกัน ด้านการสร้างกิจกรรมเป็นการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างประชาชนและระหว่างองค์กรให้ใกล้ชิด ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และด้านการสร้างการรับรู้ด้วยการสร้างกระบวนการสื่อสารผลงานสู่ ประชาชน

ผู้วิจัยมีความสนใจเรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” จากข้อมูลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่ว ประเทศ จำนวน 7,850 แห่ง และในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพื้นที่ภาคใต้จำนวน 1,038 แห่ง ซึ่งการที่ผู้บริหารองค์กรที่ได้รับความนิยมและได้รับคะแนนนิยมส่งผลให้ได้ชัยชนะ ในการเลือกตั้งต่อนั้นนั้นกล่าวได้ว่าเป็นผลแรงสนับสนุนที่เกิดจากผู้บริหารองค์กรที่มีความนิยม ทางการเมืองมีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำและภาวะผู้นำขององค์กรในการบริหารงานและปฏิบัติ หน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลในการผลักดันนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น การสร้างผลงาน ตอบสนองความต้องการและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของประชาชนในพื้นที่ และการพัฒนาองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับโดยตรงกับบุคลากร เครือข่ายต่างๆ และ ประชาชนในพื้นที่โดยมีผลปรากฏเด่นชัดจากผู้บริหารองค์กรอยู่ด้วย 3 ประการ คือ คุณลักษณะของ

ผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรและกลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาจากผู้บริหารสูงสุดขององค์กรได้นำการขับเคลื่อนองค์กรจนประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐเป็นที่ยอมรับและประจักษ์ต่อประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ 1) นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง 2) นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดสตูล 3) นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) นายกเทศมนตรีบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5) นายกเทศมนตรีตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง และ 6) นายกองค้การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา มีประเด็นศึกษา ประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรและกลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองซึ่งมีความสัมพันธ์จำเพาะโดยตรงกับประชาชนในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้นการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองจะเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดเพื่อสร้างความนิยมกับประชาชนในพื้นที่ภาคใต้

2. คำถามการวิจัย

2.1 คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองเป็นอย่างไร

2.2 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้เป็นอย่างไร

2.3 กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้เป็นอย่างไร

2.4 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้เป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

3.2 เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

3.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

3.4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้



4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหางานวิจัยนี้มุ่งศึกษา คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง กลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

5.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสิ้น 33 คนประกอบด้วย ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วย 1) นายกองค์กรปกครองส่วนจังหวัด จำนวน 2 คน นายกเทศมนตรี จำนวน 3 คน และนายกองค์กรปกครองส่วนตำบล จำนวน 1 คน 2) เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของผู้ให้ข้อมูลหลักแห่งละ 1 คน รวมจำนวน 6 คน 3) เจ้าหน้าที่ระดับผู้ปฏิบัติการด้านการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผู้ให้ข้อมูลหลักแห่งละ 1 คนรวมจำนวน 6 คน 4) ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร แห่งละ 2 คนรวมเป็น 12 คน และ 5) ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คน

5.3 ขอบเขตด้านเวลางานวิจัยนี้ศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม 2565 – กันยายน 2566

5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัยนี้ศึกษาใน 6 พื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ ได้แก่ 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล 3) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) เทศบาลตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5) เทศบาลตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง และ 6) องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย และ 2) เป็นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการเลือกตั้งดำรงตำแหน่งผู้บริหารองค์กรมีความต่อเนื่องติดต่อกันมาเกิน 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 - พ.ศ.2565 และดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน

6. นวัตกรรมเชิงปฏิบัติการ

6.1 การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้ส่งสาร โดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือภาพลักษณ์และการแสดงออกทางพฤติกรรมเชิงบวกที่สื่อสารออกไปสู่ประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสารด้วยวัตถุประสงค์และความคาดหวังทำให้รู้สึกชื่นชม ชื่นชอบ ให้ความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุน มีองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

6.2 การสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง กระบวนการขั้นตอนของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสารรู้สึกชื่นชมชื่นชอบ ให้ความร่วมมือ ให้การสนับสนุน งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง และกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

6.3 คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกถึงคุณสมบัติและมีความเฉพาะตัวของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

6.3.1 ประวัติและภูมิหลัง หมายถึง ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการทำงานเพื่อช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรม และการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่ต่อเนื่อง

6.3.2 สมรรถนะทางการสื่อสาร หมายถึง ความเชี่ยวชาญในการพูด การฟัง การนำเสนอ และการวิเคราะห์ การแสดงออกถึงบุคลิกภาพที่เหมาะสม การสร้างเสริมสัมพันธ์อันดีและจริงใจ และความสามารถใช้เทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการทำงานหรือบริหารองค์กรของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.3.3 ความเป็นความเป็นผู้นำองค์กร หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีหลักการ เป้าหมาย มีวิสัยทัศน์ด้วยความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ และอำนาจหน้าที่ในการบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือให้องค์กรปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย การตัดสินใจ การสร้างร่วมมือ การให้ความสำคัญกับปัญหา การริบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างเร่งด่วนเพื่อ

บรรลุเป้าหมายในการทำงานเพื่อประโยชน์ให้กับประชาชนในพื้นที่ และการวางตนที่เหมาะสมเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.4 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง การกำหนดจัดเตรียมรูปแบบ การบริหารและจัดเตรียมกระบวนการสื่อสาร และการประเมินผลการปฏิบัติการสื่อสารไว้ล่วงหน้าของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะหรือผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสารรู้สึกชื่นชมชื่นชอบ ให้ความร่วมมือ ให้การสนับสนุน และบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

6.4.1 การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง การออกแบบอย่างสร้างสรรค์ หรือปรับปรุงเพิ่มเติมถึงคุณสมบัติของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความเฉพาะตัวเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่และการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในด้านความรู้ความสามารถ ภาพลักษณ์บุคคลสาธารณะ การบริหารงาน การปฏิบัติหน้าที่ และทักษะการสื่อสารให้มีความโดดเด่น สะดุดตา รู้สึกชื่นชมชื่นชอบ ก่อให้ความร่วมมือ ให้การสนับสนุนจากประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสาร และเป็นที่ยังประสงค์ของประชาชนในพื้นที่

6.4.2 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร หมายถึง การจัดเตรียมจัดดำเนินการสื่อสารด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร เพื่อถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น และความต้องการของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการบริหารงาน ชี้นำ สั่งการ และปฏิบัติงานของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการจัดเตรียมช่องทางการสื่อสารในการบริหาร องค์กรเจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในองค์กร และช่องทางการสื่อสารไปสู่ประชาชนในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้รับสารทั่วไป

6.4.3 การจัดการประเมินผลการสื่อสาร หมายถึง การดำเนินการตรวจสอบผลการเปิดรับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนหรือผู้รับสารจากการเปลี่ยนแปลง การแสดงท่าทีต่างๆ การตระหนัก ความเข้าใจ การติดตามข่าวสาร ความคิดเห็น ความพึงพอใจ การให้ความร่วมมือ และการให้สนับสนุน

6.5 กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง รูปแบบ วิธีการ และทิศทางในการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสารรู้สึกชื่นชม ชื่นชอบ ศรัทธา เชื่อมั่น ให้ความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุนงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

6.5.1 การสร้างเครือข่าย หมายถึง การจัดการรวมกลุ่มคนเป็นกลุ่มๆ ในพื้นที่โดยมีเป้าหมายและผลประโยชน์ร่วมกัน มีช่องทางการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการจัดระเบียบโครงสร้างเครือข่ายของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.5.2 การสร้างความสัมพันธ์ หมายถึง การร่วมกิจกรรมแสดงออกถึงความใกล้ชิดสนใจเอาใจใส่ การมีส่วนร่วมกับประชาชน ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร การเสริมสร้างและการเกื้อหนุนพึ่งพากันและกระบวนกรพัฒนาการเครือข่ายและความสัมพันธ์ของของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.5.3 การสร้างกิจกรรม หมายถึง การกำหนดแผนกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ด้วยรูปแบบและกิจกรรม การดำเนินการกิจกรรม และการประเมินผลกิจกรรมของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.5.4 การสร้างการรับรู้ หมายถึง การสื่อสารด้วยการกระทำ และการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ประกอบด้วย การกำหนดเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ การกำหนดช่องทางการสื่อสาร การดำเนินการสื่อสาร และการประเมินผลการรับรู้ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6.6 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง แนวทางในการก่อให้เกิดการรับรู้กับประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสารเพื่อให้เกิดรู้สึกชื่นชมชื่นชอบ ให้ความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุนงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในกรอบวิธีการเพื่อการพัฒนาในประเด็นดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง 2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง และ 3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

6.8 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง ตำแหน่งผู้นำสูงสุดของฝ่ายบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค้การบริหารส่วนตำบล

6.9 พื้นที่ภาคใต้ หมายถึง ภูมิภาคในส่วนภาคใต้ของประเทศไทย งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง 2) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล 3) เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) นายกเทศมนตรีตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5) เทศบาลตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรังและ 6) องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา

7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1 ผลการวิจัยได้องค์ความรู้เกี่ยวกับ คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการสื่อสาร คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

7.2 ผลการวิจัยเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารองค์กรในปัจจุบันและผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้บริหารองค์กรในอนาคต ผู้นำทางการเมือง หรือ ผู้สนใจด้านการเมือง สามารถนำองค์ความรู้ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

7.3 ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ด้านวิชาการนิเทศศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองเป็นข้อมูลด้านการเรียนการสอน หรือกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มการเมืองทั่วไปหรือการต่อยอดในการวิจัยในประเด็นอื่นๆ ต่อไป



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหาร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร โดยบทที่ 2 ซึ่งเป็นบทที่ว่าด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) แนวคิด 2) ทฤษฎี และ 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้นำ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วยแนวคิดการสื่อสารทางการเมือง และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วยแนวคิดการสื่อสารความนิยมแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารแนวคิดการสื่อสารการตลาดทางการเมืองแบบบูรณาการ และทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของทางการเมืองผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีประเด็นศึกษาในส่วนของด้าน ประวัติและภูมิหลังประกอบด้วย ประวัติพื้นฐานการศึกษา และรางวัลต่างๆ ก่อนและขณะดำรงตำแหน่ง การมีประสบการณ์ทางการบริหารงานต่างๆ การช่วยเหลือสังคม และการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับ ประชาชน การมีวิสัยทัศน์และหลักการในการบริหารองค์กรและความกล้าหาญในการตัดสินใจในทาง ที่ถูกต้อง การเป็นนักประชาธิปไตยในการยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น และการวางตนอย่างเหมาะสมกับ ถูกกาลเทศะ ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร ประกอบด้วย การมีทักษะการพูด การฟัง และการนำเสนอที่ เข้าใจง่าย การมีบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม การมีภาพลักษณ์ผู้บริหาร องค์กรที่พึงประสงค์ของประชาชนและในองค์กรและการมีการใช้เทคโนโลยีในการบริหารองค์กร และ ด้านความเป็นผู้นำองค์กร ประกอบด้วย การมีภาวะผู้นำที่มีจิตใจที่เข้มแข็งกระตือรือร้น มีเป้าหมาย และมีวิสัยทัศน์ในการบริหารองค์กรและความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ การสร้างความร่วมมือเพื่อบรรลุ เป้าหมายสู่ความสำเร็จในการทำงาน การดำเนินงานและการให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาต่างๆ ต่อสาธารณะประโยชน์ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ คือ สิ่งสำคัญสำหรับผู้หน้าที่ต้องมุ่งเน้นเรื่องของการสื่อความหมายเพื่อให้ เกิดการยอมรับและทำให้ความร่วมมือในการที่จะขับเคลื่อนองค์กรหรือกลุ่มคณะให้ประสบความสำเร็จใน ที่สุดผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะต้องชี้แนะ สั่งการ แนะนำ และใช้อิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติ หน้าที่ให้องค์กรหรือกลุ่มคณะสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงเกี่ยวกับ ภาวะผู้นำดังต่อไปนี้

เสนห์ จุ้ยโต (2552) ให้ทัศนะว่า ภาวะผู้นำเป็นปรากฏการณ์เกิดขึ้นในมนุษย์ทุก กลุ่มสังคม พบว่า บุคคลจำนวนหนึ่งในสังคมกลุ่มนั้นๆ และมีอิทธิพลต่อกลุ่มสังคมเพื่อประสาน ประโยชน์และขจัดความขัดแย้งกับสมาชิกในกลุ่มของตน อาจกล่าวได้ว่าภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญ สำหรับองค์กรทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือเอกชนซึ่งผู้นำในองค์กรนั้นมีภาวะผู้นำที่จะโน้มน้าว ชักจูงให้บุคลากรทำงานให้แก่องค์กรตามเป้าหมายที่วางไว้นั่นเอง

ณัฐภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์ (2563) ให้ความเห็นว่า ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการ โน้มน้าวจิตใจหรือจูงใจและปฏิสัมพันธ์ของผู้นำโดยใช้อิทธิพลหรืออำนาจหน้าที่ในการบริหารงาน

อย่างมีศิลปะทั้งการบอกกล่าว ชี้แนะ สั่งการ หรืออำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนสามารถปฏิบัติหน้าที่และดำเนินกิจกรรมได้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

วันชัย ปานจันทร์ (2563) ได้ให้ความเห็นว่า ภาวะผู้นำสำหรับการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จจะต้องอาศัยการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการยอมรับของบุคลากรในองค์กรที่มุ่งเน้นเรื่องของการสื่อสารให้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้นำจะต้องมีศักยภาพของตนและอยู่บนพื้นฐานของวิสัยทัศน์ (vision) และค่านิยม (value) ตัวชี้วัดหลักการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำเป็นลักษณะของความเป็นผู้นำที่ดีต้องมีความสามารถพิเศษและอาศัยอำนาจหน้าที่ตำแหน่งหรืออำนาจบาปมีเป็นเครื่องมือที่มุ่งเน้นการสื่อสารโดยการโน้มน้าวหรือจูงใจจนสามารถสร้างอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมบุคคลอื่นที่อยู่ภายใต้บังคับบัญชาให้เกิดความเชื่อถือและยอมรับในความเป็นผู้นำเพื่อให้องค์กรบรรลุจุดมุ่งหมายสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

ความหมายของภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำเป็นลำดับแรกที่เราควรเข้าใจกล่าวถึงในเบื้องต้น ซึ่งในเบื้องต้นได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของภาวะผู้นำไว้ดังนี้

Tichand Cohan, 2007 (อ้างในถึง ญัฐภรณ์ เอกนราจินดาวุฒน์, 2563) ได้มีทัศนะว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง คุณลักษณะของผู้นำที่มีอิทธิต่อสมาชิกในกลุ่มให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เป็นความสามารถที่บุคคลมีอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มในอันที่จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายของกลุ่มหรือองค์กรได้

อานันท์ ปันยารชุน (2540) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำไว้ว่า บุคคลที่ทำให้ผู้อื่นอยากทำตามโดยสมัครใจไม่จำเป็นต้องสั่งการเพราะความเป็นผู้นำไม่ได้มาจากการอุปโลกน์หรือแต่งตั้งตนเองแต่ต้องเกิดจากการที่มีคนอื่นที่เขาารู้สึกว่าเราเป็นผู้นำ ดังนั้น คุณสมบัติของภาวะผู้นำที่ยั่งยืนจะต้องประกอบด้วยความรู้สึกลึกซึ้งชอบรู้ และควรหรือไม่ควร โดยมีคุณธรรมจริยธรรมเป็นเครื่องควบคุมผู้นำความเป็นผู้ยึดมั่นในหลักการมีระบบการคิดและการบริหารที่มีวิสัยทัศน์จะต้องคิดแบบที่ละก้าวแต่ต้องคิดครบทั้งกระบวนการและรู้จักคาดคะเน การรู้จักหาความรู้และพึ่งพาความรู้ทางวิชาการอย่างแท้จริง

สัμμα รณิษฐ์ (2556) มีทัศนะความเห็นเห็นว่า ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการที่มีอิทธิพลในการจูงใจและปฏิสัมพันธ์ให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจและมุ่งมั่นในอุดมการณ์ขององค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจกรรมได้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของผู้นำแต่ละบุคคลที่มีพฤติกรรมในการแสดงออกในการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกกลุ่ม ซึ่งเป็นความสามารถหรือคุณสมบัติของการบริหารงาน

ที่มีวิสัยทัศน์ให้เกิดการทำงานร่วมกัน โดยสามารถนำกลุ่มหรือองค์กรดำเนินกิจกรรมไปสู่เป้าหมาย และประสบความสำเร็จ

ความสำคัญของภาวะผู้นำ

ในส่วนของความสำคัญของภาวะผู้นำนั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญของภาวะผู้นำไว้หลายท่านมีดังนี้

เสนห์ จุ้ยโต (2552) ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำและมีทักษะความสำคัญเกี่ยวกับหน่วยงานดังต่อไปนี้

- 1) เป็นส่วนที่ดึงความรู้ความสามารถต่างๆ ในตัวผู้บริหารออกมาใช้
- 2) ช่วยประสานงานแก้ไขความขัดแย้งต่างๆ ภายในหน่วยงาน
- 3) ช่วยโน้มน้าวชักจูงให้บุคลากรทุ่มเทความรู้ความสามารถแก่องค์กร
- 4) เป็นหลักยึดให้แก่บุคลากรเมื่อหน่วยงานเผชิญกับสภาวะคับขัน
- 5) เป็นบุคคลที่นำพาองค์กรเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นเลิศและความได้เปรียบใน

การแข่งขัน

ชัยเสกฐ์ พรหมศรี (2561) ได้ให้ทัศนะว่า ภาวะผู้นำมีความสำคัญต่อความพร้อม การรับมือกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นหรือการเผชิญหน้ากับสภาวะวิกฤตขององค์กรที่ต้องมีบุคคลแสดงให้เห็นถึงความกล้าหาญในการตัดสินใจและแนะแนวทางเพื่อรับมือกับสถานการณ์ให้ส่งผลต่อการอยู่รอดขององค์กรและสมาชิกขององค์กร

วันชัย ปานจันทร์ (2563) เห็นว่าความสำคัญของภาวะผู้นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จนั้นมีทั้งความยากลำบากและท้าทายอยู่ในตัวเอง ผู้นำองค์กรต้องศึกษาให้สามารถสู่การค้นพบความสามารถของตัวเองและทำความเข้าใจถึงภาวะผู้นำในการสร้างนวัตกรรมหรือแนวทางใหม่ๆ ที่ทำให้องค์กรที่มีส่วนสัมพันธ์กันระหว่างอำนาจของผู้นำ และการบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จขององค์กร

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำมีความสำคัญอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความเปลี่ยนแปลงให้องค์กรมีความอยู่รอดและเกิดความสำเร็จขององค์กรเพื่อความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นขององค์กร 2) การสร้างความสัมพันธ์สภาพระหว่างผู้นำกับผู้ตามในการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าหรือการมีวิสัยทัศน์ในการนำพาองค์กรเพื่อให้เกิดความร่วมมือภายในองค์กร 3) การสร้างและการส่งเสริมให้บุคลากรมีความสามารถที่เป็นทั้งผู้นำและผู้ตามทั้งด้านความรู้และทักษะความสามารถในการทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และ 4) ความพร้อมรับมือกับสถานการณ์สิ่งที่ไม่คาดคิดที่จะเกิดกับองค์กรในการตัดสินใจและแนะนำองค์กรช่วงที่จะเผชิญกับสภาวะวิกฤตต่อสถานการณ์ต่างๆ อย่างเหมาะสม

องค์ประกอบของภาวะผู้นำ

องค์ประกอบของภาวะผู้นำเป็นเรื่องของคุณสมบัติที่เป็นปัจจัยในการทำงานหรือดำเนินงานของผู้นำนั้นๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของภาวะผู้นำและได้สรุปเนื้อหาสาระสำคัญดังต่อไปนี้

Hersey and Blanc, 1993 (อ้างในถึงกิ่งแก้ว ศรีสาติกุศลรัตน์

<https://www.gotoknow.org/posts/199694> สืบค้นเมื่อ 14/11/64) ได้กล่าวถึงและมีทัศนะว่าองค์ประกอบ

ของภาวะผู้นำมีปัจจัยเป็นองค์ประกอบหลัก 3 ประการได้แก่

- 1) ผู้นำ หมายถึง ตัวบุคคลที่นำกลุ่มมีบุคลิกอุปนิสัยลักษณะอย่างไร
- 2) ผู้ตาม หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับอิทธิพลจากผู้นำ
- 3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ปัจจัยทั้ง 3 ประการข้างต้นนี้จะมีผลต่อรูปแบบของภาวะผู้นำที่แสดงออกมาโดยความสำคัญของผู้นำและผู้ตามอยู่ในความสามารถของผู้นำในการสร้างอิทธิพลบวกต่อผู้ตามและสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนความมั่นใจในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา ผู้นำควรสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการมีความคิดริเริ่มและการร่วมมือในการหาทางแก้ไขปัญหา และสิ่งสำคัญคือความตั้งใจและความภูมิใจของผู้นำในการชี้นำและเสริมสร้างผู้ตาม

ณรงค์สินสวัสดิ์ (2550) เห็นว่า องค์ประกอบสำคัญของภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญและคุณสมบัติที่โดดเด่นกว่าบุคคลอื่นและสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ตามเพื่อกำหนดทิศทางและนำพาองค์กรให้พ้นจากวิกฤติที่เกิดขึ้นได้ สรุปได้ดังต่อไปนี้

- 1) การเป็นผู้ที่มีพลังกายและพลังสมองที่เข้มแข็ง มีความอดทนสูงเหนือกว่าคนอื่นและการมีกำลังกายและใจสมบูรณ์มากกว่าคนธรรมดาที่สามารถรับแรงกดดันต่างๆ ได้
- 2) การเป็นผู้รู้จุดมุ่งหมายและแนวทางที่สำคัญๆ ของการบริหารในการนำไปสู่จุดมุ่งหมายและการลำดับขั้นตอนว่าควรจะทำอย่างไรให้เสร็จก่อนเสร็จหลังเพื่อจะสามารถนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายนั้นได้อย่างไร
- 3) การเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นอย่างมีจุดมุ่งหมายและแนวทางการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ เพื่อให้แผนงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขึ้นมาได้
- 4) การเป็นผู้ที่สร้างมิตรภาพ ความรัก และความผูกพันกับผู้ตาม ทั้งการให้ความรู้สึกเป็นเพื่อนที่มีความสนิทสนมกับผู้ตาม
- 5) การเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจของผู้ตาม ทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นในการประสานผลประโยชน์ และสร้างความปลอดภัยภายใต้คำสั่งการดำเนินงานของผู้นำ

6) การเป็นผู้ที่มีความกล้าตัดสินใจโดยใช้วิจารณญาณหรือมีความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาหรือการหาทางออกเฉพาะที่ถูกต้องเกี่ยวกับความอยู่รอด ความสงบสุขของสังคม และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

7) การเป็นผู้ที่มีสติปัญญาความรอบรู้ในเรื่องราวต่างๆ หรือการมีความรู้รอบตัวว่าคนสามัญทั่วไป มีความสามารถที่จะเอาประสบการณ์นำมาใช้เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจในเหตุการณ์ปัจจุบันเพื่อที่จะมองเห็นปัญหา สาเหตุและวิธีแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง

8) การเป็นผู้ที่สามารถถ่ายทอดความคิดชักจูงให้ผู้ตามรู้สึกคล้อยตามเพื่อให้งานบรรลุความสำเร็จในการชี้แนะแนวทางที่ควรดำเนินงานหรือต้องแก้ไขวิธีการบางอย่างด้วยเหตุผลในการมอบหมายงานให้ทำรวมถึงการดำเนินการอย่างเข้าใจให้ได้

9) การเป็นผู้ที่จะต้องสามารถกระตุ้นให้เกิดความกระฉับกระเฉง มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานทำให้เกิดความรู้สึกศรัทธาและความเชื่อมั่นแก่ผู้ตามว่างานที่ปฏิบัติอยู่เป็นสิ่งที่มีความคุ้มค่าคุ้มค่ากับการลงมือลงแรงทำ

10) การเป็นผู้ที่มีทักษะความรู้ความชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษหรือที่เรียกว่า ทักษะ (skill) ด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษและมีความรู้ความสามารถตัดสินใจในเรื่องนั้นได้ดีเป็นพิเศษ

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2561) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของภาวะผู้นำที่มีความคล้ายคลึงกันของ Daft (2008) Achua and Lussier (2013) และ Nahavandi (2015) มาสังเคราะห์โดยสรุปและนำเสนอองค์ประกอบของภาวะผู้นำดังนี้

1) ผู้นำ เป็นภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนกระบวนการโน้มน้าวและจูงใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายซึ่งผู้นำต้องมีความสามารถในการบริหารในทุกระดับในองค์กรและการพัฒนาฝึกฝนทักษะของการเป็นผู้นำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

2) ผู้ตาม เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการเป็นผู้นำตนเองเพื่อการจัดการตนเองให้มีสมรรถนะที่ผู้นำควรมีหรือถูกเรียกว่าผู้ตามที่ถูกโน้มน้าวหรือจูงใจให้ทำงานด้วยความเต็มใจเพื่อบรรลุเป้าหมายที่เรียกว่า ภาวะผู้นำตนเอง

3) สถานการณ์ เป็นภาวะผู้นำในการทำงานร่วมกันหรือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตามที่ต้องให้เกิดความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการนำพาทีมงานการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ไปสู่การบรรลุเป้าหมาย

4) การโน้มน้าว เป็นกระบวนการที่ผู้นำสื่อสารแนวคิดที่ต้องการหรือวิสัยทัศน์เพื่อให้เกิดการสนับสนุนและการปฏิบัติตามไปสู่การเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรหรือการโน้มน้าวให้เกิดพฤติกรรมที่มีต่อทัศนคติค่านิยมความเชื่อและพฤติกรรมของบุคคลขึ้นเพื่อการสร้างผลประโยชน์แก่ส่วนรวมนำไปสู่การไว้วางใจในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้นำกับผู้ตาม

5) เป้าหมายองค์กร เป็นภาวะผู้นำที่เกิดความสมบูรณ์จากการมีเป้าหมายร่วมกันระหว่างผู้นำและผู้ตาม ซึ่งเกิดจากความสามารถของผู้นำในการโน้มน้าวเพื่อให้ผู้ตามเกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมไปสู่การบรรลุเป้าหมายของส่วนรวมและจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักจริยธรรมอันเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างธรรมาภิบาลองค์กร

สรุปได้ว่า องค์ประกอบสำคัญของภาวะผู้นำประกอบด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นของผู้นำภายใต้บทบาทในการนำที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจการบริหารองค์กรโดยการโน้มน้าวหรือสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคคลอื่นสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ผู้อื่นทำตามเพื่อการนำพาองค์กรไปในทิศทางที่กำหนดไว้หรือพ้นจากวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรไปสู่เป้าหมายขององค์กรให้สำเร็จ

จากข้อสรุปข้างต้นจึงกล่าวได้ว่า ภาวะผู้นำเป็นความสามารถพิเศษในการสร้างแรงบันดาลใจของความเป็นผู้นำที่มีอำนาจหน้าที่และบทบาทในการนำที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจการบริหารองค์กร โดยอาศัยการโน้มน้าวและจูงใจผ่านกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือสร้างอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมกับผู้ใต้บังคับบัญชาในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีให้เกิดความร่วมมืออันดีในการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าทั้งส่งเสริมความรู้ความสามารถแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาให้เกิดการเตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งที่ไม่คาดคิดและพร้อมเผชิญกับวิกฤตอย่างเหมาะสมและสามารถนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จได้

ภาวะผู้นำทางการเมือง

ผู้นำทางการเมืองที่มาจากการเลือกตั้งในทุกระดับมีอำนาจหน้าที่และบทบาททางการเมืองที่มีจุดมุ่งหมายในการบริหารองค์กรหรือการปกครองให้บ้านเมืองและความเป็นอยู่ของประชาชนอยู่ในสภาวะปกติสุข ฉะนั้นภาวะผู้นำทางการเมืองจึงมีความจำเป็นสำหรับผู้นำทางการเมืองที่เข้ามาเป็นผู้บริหารองค์กรที่ต้องให้ขับเคลื่อนไปข้างหน้าและพร้อมเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ดังนั้น ผู้นำทางการเมืองจึงต้องอาศัยศักยภาพของตนและผู้ร่วมงาน โดยมีระบบในการดำเนินงานของแต่ละองค์กรที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิสัยทัศน์และทิศทางของเป้าหมายองค์กร ภาวะผู้นำทางการเมืองจึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริหารองค์กรที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้เกิดการพัฒนาในระยะยาวโดยได้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงภาวะผู้นำทางการเมืองหลายท่านไว้ดังนี้

ลิขิต ธีรเวคิน (2550) ได้มีทัศนะว่า ภาวะผู้นำทางการเมืองเป็นเรื่องเกี่ยวกับการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจและการใช้อำนาจชั้นวางนโยบายที่มีจุดมุ่งหมายในการที่จะบริหารกิจการหรือการปกครองบ้านเมืองให้ร่มเย็นเป็นสุขแต่ผู้นำทางการเมืองไม่ได้มีความเป็นผู้นำหรือภาวะทางการเมืองทุกคนดังนั้นความเป็นผู้นำทางการเมืองจึงประกอบด้วยภาวะผู้นำทางการเมืองมีดังนี้

1) ภาวะผู้นำทางการเมืองที่มีภาวะความต้องการที่จะเป็นผู้นำมีความอิสระและความกล้าหาญในการนำ

2) ภาวะผู้นำทางการเมืองต้องมีความฉลาดทางการเมือง มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเมืองตั้งแต่การมองคน การใช้คน และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงานและกลุ่มสังคมต่างๆ

3) ภาวะผู้นำทางการเมืองจะต้องมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับความเป็นผู้นำที่มีความพิเศษ ความเชื่อมั่นในตัวเอง และสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อื่นอยู่เสมอ

5) ภาวะผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการบริหารงาน

6) ภาวะผู้นำทางการเมืองจะต้องมีความกล้าหาญและเด็ดขาดในการตัดสินใจบนพื้นฐานของความถูกต้องตามหลักนิติธรรมจริยธรรม มีความศรัทธาต่อการทำสิ่งที่ถูกต้องยิ่งแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนหรือพรรคพวก

ไชยะ เทพา (2564) ให้ความเห็นว่า ภาวะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ในยุคโควิด- 19 ทั้งผู้นำทางการเมืองทุกฝ่ายทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่ต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งผู้นำทางการเมืองที่มีอำนาจรัฐและหน้าที่ในการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจจะต้องมีภาวะความเป็นผู้นำหรือความเป็นผู้นำซึ่งได้วิเคราะห์ประกอบด้วย 11 ประการ มีดังนี้

1) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้มีพลังกายและพลังจิตที่เข้มแข็งสามารถรองรับแรงกดดันทั้งหลายอย่างมีสติ อดทน และจัดการกับอารมณ์ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักใช้การสื่อสารที่เหมาะสมและส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ในการสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในการแก้ไขปัญหาได้

2) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้รู้จักมุ่งหมายและแนวทางสถานการณ์การแก้ปัญหาและการเปิดกว้างการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้อย่างมีเหตุมีผล

3) ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย สร้างความสุขและทำทนายกับงานมุ่งมั่นเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาให้สำเร็จอยู่เสมอ

4) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้มีความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างเหมาะสมให้ความเอาใจใส่ เห็นอกเห็นใจผู้อื่น แสดงความเป็นมิตรและให้กำลังใจผู้ร่วมงานประชาชน

5) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้มีบุคลิกภาพความน่าเชื่อถือหรือมีลักษณะความเป็นผู้นำในการกำหนดแนวทางปฏิบัติการแก้ไขปัญหาและเป็นที่ยังพาของประชาชนได้

6) ผู้นำทางการเมืองต้องเป็นผู้มีความกล้าหาญในการตัดสินใจเด็ดขาดอย่างมีเหตุผล การมีข้อมูลรอบด้าน มีวิจาร์ณญาณ และต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องตามกฎหมายและยึดหลักนิติธรรม

7) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้มีสมรรถนะด้านความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เป็นผู้แสวงหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ และต้องใช้คนที่มีความเชี่ยวชาญมาร่วมทีมในการทำงานเพื่อจะได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องได้

8) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นครูที่ดี กล่าวคือ การมีทักษะการนำเสนอต่างๆ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ การมีทักษะการสื่อสารในการมอบหมายงานได้เข้าใจถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐ

9) ผู้นำทางการเมืองจะต้องสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่น โดยมีบทบาทหน้าที่สร้างขวัญกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงานตลอดจนประชาชนโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและการเลือกสรรที่เหมาะสมสื่อออกไปเพื่อให้เกิดความศรัทธาและเชื่อมั่นกับการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

10) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้มีทักษะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษเพื่อสามารถนำทักษะนั้นมาใช้ประโยชน์กับการตัดสินใจในการดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

11) ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีความฉลาดทางการเมืองในการประสานผลประโยชน์ การจัดการความขัดแย้งอย่างเหมาะสม การสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา และการใช้บุคลากรให้ตรงกับความรู้ความสามารถ

สุชุม เฉลยทรัพย์ (2565) ได้ให้ทัศนะว่า ภาวะผู้นำทางการเมืองเป็นสิ่งจำเป็น เพราะว่าคุณไม่สามารถปกครองตนเองหรือสามารถปกครองตนเองได้แต่ยินยอมยกอำนาจและยอมสละให้ผู้อื่นปกครองแทนโดยการเข้ามาควบคุมการเมืองหรือเป็นผู้นำการเมืองซึ่งเป็นชนชั้นที่ฉลาด มีปัญญา มีทรัพยากรทางการเงิน และมีคุณลักษณะที่สามารถนำมวลชน ซึ่งการเข้าของผู้นำการเมืองอาศัยกระบวนการทางประชาธิปไตยเป็นเครื่องมือและยินยอมให้ตรวจสอบการใช้อำนาจให้อยู่ในขอบเขต ฉะนั้นผู้นำการเมืองนอกจากมีหน้าที่รับใช้ประชาชนแล้วจะต้องสร้างสมดุลระหว่างค่านิยมและความเชื่อทางการเมืองกับหน้าที่ของตนเองให้สำเร็จตามเจตจำนงของประชาชน และผลแห่งพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้นำการเมืองในที่สุดแล้วจะสะท้อนออกมาเมื่อประชาชนออกมาปฏิเสธหรือยอมรับอำนาจนั้นผ่านการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผู้นำทางการเมืองที่มีภาวะผู้นำที่เข้มแข็งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหารจัดการบ้านเมืองให้บรรลุผลตามนโยบายที่วางไว้ คุณสมบัติของผู้นำการเมืองที่มีภาวะผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งจนสามารถสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นที่โจษจันเล่าขานไม่รู้จบได้จะต้องมีคุณสมบัติเด่นอย่างน้อย 4 ประการ มีดังนี้

- 1) ผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งจะต้องมุ่งมั่นหรือมีเจตนาอย่างแรงกล้าในการนำการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น
- 2) ผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งจะต้องมองล่วงหน้าอย่างทะลุปรุโปร่งว่าจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นหากมีปัญหามีแนวทางรับมืออย่างไร
- 3) ผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งจะต้องมีความสามารถในการสื่อสารกับคน ต้องทำให้คนอื่นเห็นด้วยกับแนวคิดของตน
- 4) ผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งจะต้องมีศิลปะในการบริหารความเปลี่ยนแปลงหน้าที่และความรับผิดชอบ

สรุปได้ว่าภาวะผู้นำทางการเมืองเป็นการแสดงถึงความเป็นผู้นำที่มีความต้องการมีอำนาจการบริหารปกครองบ้านเมืองโดยมีจุดมุ่งหมายที่จะกำหนดการวางนโยบายและการดำเนินการต่างๆ ตามอำนาจ บทบาท และหน้าที่ ภาวะผู้นำทางการเมืองมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร การจัดการองค์กรไปสู่ความสำเร็จและเตรียมความพร้อมเผชิญความท้าทายกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทั้งยังต้องขับเคลื่อนและสนับสนุนบุคลากรให้เกิดความร่วมมือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสานประโยชน์ และการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายองค์กรให้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมและประชาชนเพื่อนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือศรัทธา และเชื่อมั่นทั้งในองค์กรทางการเมืองและตัวผู้นำ โดยองค์ประกอบและคุณสมบัติของผู้นำทางการเมืองประกอบด้วย 1) เป็นผู้มีพลังกายและพลังใจที่เข้มแข็งมีภาวะการณำและความต้องการความเป็นผู้นำที่มีความพร้อมกับการเผชิญปัญหาที่ท้าทายอยู่เสมอ 2) เป็นผู้มีบุคลิกภาพการวางตนที่เหมาะสมกับกาลเทศะเชื่อมั่นในตัวเอง และเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อื่น ทั้งยังเป็นผู้ที่สร้างความสัมพันธ์ให้รู้สึกเป็นมิตรและเอาใจใส่แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาและประชาชน 3) เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงานการแก้ปัญหาและเปิดกว้างในการรับฟังและมีส่วนร่วมในการทำงานกับผู้อื่นอย่างมีเหตุผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 4) เป็นผู้มีสมรรถนะทางการสื่อสาร ทักษะต่างๆ ด้านความรู้ความสามารถ การแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ และมีความชำนาญเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษในการนำมาใช้กับการตัดสินใจในแก้ไขปัญหาและการบริหารงานองค์กร 5) เป็นผู้นำที่เป็นแบบอย่างที่ดี สร้างขวัญกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนเพื่อให้เกิดศรัทธาและเชื่อมั่น 6) เป็นผู้ที่มีความฉลาดทางการเมืองในการประสานประโยชน์ ขจัดความขัดแย้ง และสร้างความร่วมมือในการแก้ปัญหาต่างๆ ได้

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำ

คุณลักษณะของผู้นำ

คุณลักษณะของผู้นำเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมสิ่งที่ปรากฏให้เห็นแสดงถึงความดีหรือลักษณะประจำของบุคคลในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะการใช้อิทธิพลหรือความสามารถในการจูงใจให้ผู้ร่วมงานร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ เอกนราจินดาวัฒน์

(2563) ได้อธิบายว่าผู้นำอาศัยใช้อำนาจหน้าที่ในการบริหารงานในการโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กรและต้องใช้ศิลปะในการบริหารงานอย่างเป็นกระบวนการในการจูงใจและปฏิสัมพันธ์ให้ทุกคนในองค์กรเพื่อดำเนินกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยคุณลักษณะของผู้นำได้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงหลายท่านมีดังนี้

Greenberg and Baron, 2003 (อ้างในถึง ญัฐภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์, 2563) ได้ให้ทัศนะและความคิดเห็นว่าคุณลักษณะภาวะผู้นำที่ประสบผลสำเร็จจะต้องประกอบด้วยดังนี้

- 1) มีแรงขับสูง (drive) คือ มีพลังความริเริ่มและทะเยอทะยานในการกระทำที่ทุ่มเทเพื่อมุ่งไปสู่ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ
- 2) มีความซื่อสัตย์ และความมีคุณธรรม (honesty and integrity) ความน่าเชื่อถือได้ เปิด กว้างให้หน้าเชื่อถือและไว้วางใจได้
- 3) มีแรงจูงใจสูงในการเป็นผู้นำ (leadership motivation) มีความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น และต้องการใช้อิทธิพลในการบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของตน
- 4) มีความเชื่อมั่นในตนเอง (self-confidence) คือ มีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ และรู้ถึงความสามารถของตนเอง
- 5) มีความรู้ในด้านธุรกิจ (knowledge of the business) มีความรู้ในธุรกิจหรือกิจการของหน่วยงาน กิจการที่ต้องลงมือปฏิบัติ
- 6) มีความคิดสร้างสรรค์ (creativity) เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในที่ทำงานหรือองค์กร
- 7) มีความยืดหยุ่น (flexibility) มีความสามารถในการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชาและสถานการณ์ต่างๆ

Ricketts, 1997 (อ้างในถึง คุณวุฒิ คนฉลาด, 2540) มีมุมมองความคิดเห็นว่า คุณลักษณะผู้นำที่ดีมีคุณภาพและสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จประกอบด้วย 5 ประการ มีดังนี้

- 1) ผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ยึดมั่นการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มั่นคง เชื่อมั่นในตนเอง และมีความวางใจมั่นใจในผู้อื่น เป็นผู้ที่ควรเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ร่วมงาน คอยให้การสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานและสร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้มีความสุขรู้สึกสนุกกับภารกิจที่ต้องทำ
- 2) ผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องมีทักษะกลยุทธ์ด้านศิลปะมนุษยสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมทั้งบุคคลทั่วไป และการสร้างภาพลักษณ์บุคลิกลักษณะที่ดีให้เกิดความเชื่อมั่นและศรัทธาของตัวเองให้เป็นที่ประจักษ์
- 3) ผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องมีทักษะความสามารถพิเศษที่แสดงออกให้เห็นถึงความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์ด้านการบริหารงานในองค์กรได้อย่างดีเป็นที่ยอมรับ ประสบ

ผลสำเร็จตามเป้าหมายและแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ทั้งยังต้องยอมรับในความผิดพลาดของผู้ร่วมงาน และมีการชี้แนะเสนอแนะวิธีการแก้ไขที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จลุล่วงด้วยดี

4) ผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องมีทักษะด้านสติปัญญาความคิดรอบรู้เป็นเลิศในการบริหารงานอย่างรอบคอบตัดสินใจมอบหมายงานและสั่งการได้อย่างถูกต้องเหมาะสมมีรับผิดชอบและความมุ่งมั่นเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ

5) ผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องมีทักษะด้านวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้ที่มีความรอบคอบ มีความคิดสร้างสรรค์ ทันทต่อสมัยของเทคโนโลยี มีกล้าคิดกล้าตัดสินใจอย่างรอบคอบและมีเหตุผล ประกอบ มีความเป็นผู้นำในการติดตามผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและหาแนวทางวิธีแก้ไขไว้ล่วงหน้าอยู่เสมอ

Stogdill, 1974 (อ้างในถึง พัทธมนต์ ตีเมการ, 2557) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้นำที่ประสบความสำเร็จหลาย ๆ ด้านไว้ดังนี้

1) บุคคลที่ดำรงตำแหน่งผู้นำต้องมีคุณสมบัติเหนือกว่าสมาชิกของกลุ่มในเรื่องเกี่ยวกับสติปัญญา ผลการศึกษาเล่าเรียน ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและสังคม สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2) บุคคลที่ดำรงตำแหน่งผู้นำมีลักษณะดังต่อไปนี้มากกว่าส่วนเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่ม คือ การรู้จักคบหาสมาคมต่างๆ มีความคิดริเริ่ม มีความเพียรพยายาม รู้จักวิธีที่จะทำงานให้สำเร็จ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ตื่นตัวและหยั่งรู้ในสถานการณ์ มีความร่วมมือเป็นที่นิยมของปวงชน มีความสามารถในการปรับตัว มีความสามารถในการพูด

3) คุณสมบัติที่มีความสัมพันธ์สูงกับการเป็นผู้นำ คือ ความคิดริเริ่ม การเป็นที่นิยมของปวงชน ความสามารถในการเข้าสังคม การตัดสินใจ ความปรารถนาในการเข้าสังคม การตัดสินใจ ความปรารถนาที่จะทำได้ดีที่สุด การมีอารมณ์ขัน การมีความร่วมมือกับผู้อื่น ความสามารถทางกีฬา

องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้นำแยกออกเป็น 6 ด้าน คือ

(1) ด้านสมรรถนะ ประกอบด้วย ไหวพริบปฏิภาณ สามารถแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ทันที มีความกระตือรือร้นและตื่นตัวในการทำงาน มีความสามารถในการสื่อความหมาย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการตัดสินใจและมีความสุขรอบคอบ

(2) ด้านความสำเร็จ ประกอบด้วย จบการศึกษาน้อยปริญญาตรี มีความรู้ความสามารถด้านการเมืองการปกครอง เป็นที่ยอมรับของบุคคลในสังคม ชีวิตครอบครัวปกติสุขและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานก่อนการดำรงตำแหน่ง

(3) ด้านความรับผิดชอบ ประกอบด้วย มีความรับผิดชอบต่อผลที่เกิดจากการตัดสินใจวินิจฉัยสั่งการของตนหรือคณะรัฐมนตรี เป็นที่พึงพิงของประชาชนได้ มีความมุ่งมั่นในการทำงาน ยึดถือหลักการมากกว่าตัวบุคคลและยึดมั่นในความถูกต้องตามหลักกฎหมายและศีลธรรม

(4) ด้านการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย มีส่วนร่วมในการวางแผน มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน มีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคม ให้ความร่วมมือกับข้าราชการประจำ และมีความสามารถในการปรับตัว

(5) ด้านสถานภาพ ประกอบด้วย มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม มีตำแหน่งสำคัญทางสังคม และเป็นที่ชื่นชอบของบุคคลในสังคม

(6) ด้านสถานการณ์ ประกอบด้วย มีสภาพจิตใจมั่นคงควบคุมอารมณ์ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ดีปฏิบัติตนได้เหมาะสมด้วยสถานการณ์ และเข้าใจถึงความต้องการของประชาชน

เสกสรรค์ สนวนฉัตรณรงค์ศักดิ์ สุธรรมดี และวิไลลักษณ์ ขาวสะอาด (2561) ได้สังเคราะห์ถึงคุณลักษณะของผู้นำองค์การภาครัฐสมัยใหม่ว่าจะต้องมีองค์ประกอบ 9 ประการ ดังต่อไปนี้

1) บุคลิกภาพที่ดี เป็นผู้ที่มีความสง่างาม บุคลิกภาพ เรียบร้อย และมีความเป็นมิตรกับบุคคลในองค์กรและบุคคลภายนอก

2) วิสัยทัศน์ มีความสามารถวางแผนงานอย่างมีระบบ และมองการณ์ไกลเพื่อขับเคลื่อนพัฒนาองค์กรไปสู่ประสบผลสำเร็จได้

3) ศักยภาพ การมีความสามารถทั้งด้านความรู้และทักษะในการทำงานที่ดี การคิด การตัดสินใจ และการสั่งการเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์

4) นักกลยุทธ์ มีความสามารถในการวางแผน ออกแบบ และปรับเปลี่ยนกลไกของระบบการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตามบริบทของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กร

5) นักประชาสัมพันธ์ มีความสามารถในประชาสัมพันธ์ถึงบทบาท ภาระหน้าที่ผลการดำเนินงานขององค์กรได้เป็นอย่างดีโดดเด่น เพื่อให้เข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถสื่อสารได้กับสาธารณะชนทุกกลุ่มได้ดี

6) นักมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคคลกร และทีมงานในการทำงานโดยยึดหลักการมอบหมายงานและการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้กับผู้ปฏิบัติสามารถตัดสินใจแก้ไขปัญหา ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการทำงานที่จะก่อเกิดประโยชน์สูงสุดได้

7) เป็นผู้มีคุณธรรม มีความสามารถสร้างความศรัทธาให้กับทีมงาน การดำเนินงานภายใน และภายนอกองค์กรต้องยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นหลักในการดำเนินงาน

8) นักการตลาด มีความสามารถคิดค้นและออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนและของภาครัฐ ทั้งด้านการแปรรูปสินค้าและการบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

9) นักปฏิบัติ มีความสามารถปฏิบัติงานได้ทุกรูปแบบ ทุกสถานที่ ทุกเวลา มีความกล้าที่จะเปลี่ยนให้คิดสิ่งใหม่ๆ เพื่อพัฒนางาน และมีจิตสาธารณะที่คอยช่วยเหลือผู้อื่น

สรุปได้ว่า คุณลักษณะผู้นำเป็นสิ่งที่ปรากฏและแสดงออกทางพฤติกรรมในลักษณะการใช้อิทธิพลในการสร้างการยอมรับมากกว่าการใช้อำนาจหน้าที่หรือตำแหน่งในการชักจูงโน้มน้าว

คนอื่น ๆ หรือผู้ร่วมงานให้การสนับสนุนร่วมเมื่อร่วมใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะเกิดแรงกระตุ้นต่อผู้อื่นให้รู้ความรู้สึกในความรับผิดชอบและผลที่ได้รับเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์แก่ประโยชน์ของสังคมส่วนรวมหรือของกลุ่มคณะ คุณลักษณะผู้นำสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประการดังต่อไปนี้

1) ด้านคุณสมบัติส่วนตัวเป็นคุณสมบัติของผู้นำที่ต้องการมุ่งความสำเร็จในการทำงานประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญคือ (1) มีความทะเยอทะยานเพื่อสร้างความสำเร็จในการทำงาน (2) มีความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (3) มีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมเชื่อถือและวางใจได้ (4) มีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตน (5) มีวิสัยทัศน์และความคิดที่สร้างสรรค์ และ (6) มีจิตอาสาความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมเหนือผู้อื่น

2) ด้านบุคลิกภาพเป็นคุณลักษณะของผู้นำที่แสดงออกหรือปรากฏให้เห็นทั้งร่างกายซึ่งบุคลิกภาพจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและอารมณ์ของผู้พบเห็นอย่างยิ่ง ประกอบด้วยคือ (1) เป็นผู้ที่มีความสง่ากิริยาท่าทางเรียบร้อย (2) เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นมิตรกับผู้อื่นเห็นอกเห็นใจผู้อื่นและผู้ร่วมงาน และ (3) เป็นผู้มีจิตใจมั่นคงควบคุมอารมณ์อดทนต่อการเผชิญสถานการณ์ที่เลวร้ายได้เป็นอย่างดี

3) ด้านความสามารถเป็นคุณลักษณะของผู้นำที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้นำหรือผู้นำทางสังคม โดยมีปัจจัยศักยภาพและสมรรถนะของผู้นำประกอบด้วย คือ (1) เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในกิจการ หน่วยงาน หรือกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ (2) เป็นผู้ที่มีทักษะด้านการพูดการฟังในการนำเสนอในการสั่งการแนะนำหรือชี้แนะอย่างมีศิลปะในการจูงใจโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นยอมรับและทำตามเพื่อให้งานลุล่วงด้วยดี (3) เป็นผู้ที่มีไหวพริบบริบูรณ์ในการแก้ปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ทันทีและมีความตื่นตัวกับการทำงานอยู่เสมอ (4) เป็นผู้ที่มีความสามารถในการวางแผนออกแบบหรือปรับเปลี่ยนกลไกของการทำงานให้เกิดแผนปฏิบัติการทำงานได้อย่างดี และ (5) เป็นผู้ที่มีความพร้อมสามารถปฏิบัติงานได้ทุกที่ทุกเวลาและสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขให้เข้ากับทุกสถานการณ์เพื่อการพัฒนางานให้เกิดสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

คุณลักษณะของผู้นำทางการเมือง

คุณลักษณะผู้นำทางการเมือง หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกถึงความคิดเห็นเฉพาะตัวของผู้นำทางการเมืองที่มาจากกาได้รับการเลือกตั้งทุกประเภทและทุกระดับมาเป็นผู้ดำรงตำแหน่งการเมืองทั้งระดับชาติและท้องถิ่นทุกตำแหน่ง โดยคุณลักษณะเบื้องต้นจะต้องเป็นพลเมืองที่ดี เสียสละ ซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีจริยธรรมและธรรมาภิบาล มีความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รวมถึงการใช้อำนาจและหน้าที่ในการบริหารองค์กรเพื่อรับใช้ประชาชนอย่างเต็มความสามารถและไม่ให้เกิดความเสียหายต่อประเทศและประชาชน หรือชี้แนะให้ผู้อื่นไม่ปฏิบัติตาม

รัฐธรรมนูญ (ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สุภก่าปัง, สติธร ธนานิธิโชติ และจารุวรรณ กาบซ้อน, 2558, น.31-32) ซึ่งลักษณะผู้นำทางการเมืองที่ได้รับความนิยมทางการเมืองจะต้องให้ความสำคัญกับการพูดและการกระทำเพื่อประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการของประชาชนด้วยความเท่าเทียมและแก้ปัญหาด้วยความจริงใจจุดความเป็นญาติพี่น้อง การสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความปรองดอง และการวางตัวที่เหมาะสมกับสถานที่และกิจกรรมที่เข้าร่วม (สิงห์ สิงห์ขจร, 2560) โดยคุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองได้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงหลายท่านไว้ดังนี้

ลิขิต ธีรเวคิน (2550) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับลักษณะของผู้นำทางการเมืองไว้ดังนี้

1) ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีความต้องการที่จะเป็นผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นผู้นำที่มีภาวะการณนำที่ มีความเชื่อมั่น และมีความเป็นผู้นำที่กล้าหาญในการตัดสินใจที่มีความอิสระในเบื้องต้น

2) ผู้นำทางการเมืองต้องมีความชาญฉลาดในทางการเมืองจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวกับการเมืองตั้งแต่การมองคน การใช้คน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ได้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงานและกับกลุ่มสังคมต่างๆ และรู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมทางการเมืองในทุกมิติ

3) บุคลิกของผู้นำทางการเมืองที่ไต่ยอมรับว่าเป็นลักษณะเป็นผู้นำที่มีความเชื่อมั่น และสามารถในการนำผู้อื่นได้

4) ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารองค์กรในระดับหนึ่งและการเลือกใช้บุคคลกรที่มีความรู้ที่มีความเชี่ยวชาญให้เข้ามาช่วยทำงานได้อย่างดี

5) ผู้นำทางการเมืองจะต้องเห็นประโยชน์ส่วนรวมมีความแน่วแน่งการกระทำสิ่งที่ถูกต้องตามหลักจริยธรรม และมีความกล้าหาญในการตัดสินใจบนพื้นฐานของความถูกต้องตามหลักนิติธรรมที่อิงแต่ตัวบทกฎหมายและการปฏิบัติงาน

สิงห์ สิงห์ขจร (2560) ได้ข้อสรุปถึง ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นไว้ว่า จะต้องเป็นผู้ที่ทำงานช่วยเหลือประชาชนและทำงานเพื่อส่วนรวมให้ความสำคัญกับปัญหาและการแก้ปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและความจริงใจ อุทิศตนอ่อนน้อมถ่อมตนเป็นคนพูดคุยนุกสนานและเข้าใจได้ง่ายเป็นได้ทั้งผู้พูดและผู้ฟังที่ดี เป็นผู้ที่วางตนเหมาะสมกับทุกสถานการณ์และเหตุการณ์และการทำงานให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง

สุซานุช พันธนิยะ และฮาซิมอักริม คงนะเค็ง (2563) มีความเห็นว่า คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์นั้น ประชาชนในท้องถิ่นจะเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะที่มีความสำคัญและจำเป็นของนักการเมืองที่ตนต้องการโดยแท้จริง ซึ่งจะก่อให้เกิดการร่วมมือระหว่างประชาชนและนักการเมืองท้องถิ่นที่เป็นรากฐานที่ดีและสำคัญของการปกครองในระบบประชาธิปไตย โดยคุณลักษณะนักการเมืองที่พึงประสงค์ประกอบด้วย 5 ด้าน มีดังนี้

1) ด้านบุคลิกภาพ จะต้องเป็นบุคคลที่มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เชื่อมมั่นกล้าคิดและกล้าตัดสินใจ กระตือรือร้นต่อหน้าที่ วางตนได้เหมาะสมกับงาน อ่อนน้อมถ่อมตน และการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยถูกต้องตามกาลเทศะ

2) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม จะต้องเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบในหน้าที่ เสียสละและจิตสาธารณะ จริงใจและรักษาคำพูด มีความซื่อสัตย์โปร่งใสและไม่ใช้อำนาจในทางทุจริต

3) ด้านการบริหาร ในกระบวนการการบริหารงานในการกำหนดเป้าหมาย แนวทางปฏิบัติ และการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน มีความสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุด รวมถึงการบริหารงบประมาณให้เป็นไปอย่างถูกต้อง และบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

4) ด้านวิสัยทัศน์ จะต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการพัฒนา มีการวางแผนนโยบายในระยะยาวที่สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ มีนโยบายที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้

5) ด้านประสบการณ์ในการทำงาน ในการปกครองท้องถิ่นเป็นอย่างดี การมีทักษะความสามารถในการแก้ปัญหาและสนองความต้องการของประชาชน มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ของตนในมิติต่างๆ และมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นอย่างดี ทั้งยังต้องมีทักษะการสื่อสารระดับท้องถิ่นได้ดี

จากข้อสรุปข้างต้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า คุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองหมายถึงสิ่งที่บ่งบอกถึงความดีงามเฉพาะตัวที่แสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกและภายในของผู้นำทางการเมือง เพื่อให้ผู้ตามหรือผู้ใต้บังคับบัญชา มีความเชื่อมั่น ศรัทธา และไว้วางใจต่อตัวผู้นำที่จะนำพาทิศทางการองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร ฉะนั้นคุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองจึงเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรกของการเป็นผู้นำทางการเมืองที่มาจาก การเลือกตั้งของประชาชน ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ติดตัวที่เกิดจากความรู้ ความสามารถ และการสั่งสมประสบการณ์เดิมของผู้นำคนนั้น หรือการสร้างเสริมขึ้นมาจากการเรียนรู้และฝึกฝนภายหลังก็ได้เพื่อมุ่งหวังทำประชาชนและเจ้าหน้าที่บุคคลกรผู้ปฏิบัติหน้าที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานรู้สึกชื่นชม ชื่นชอบ เกิดความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุนตุน ซึ่งความสำคัญของคุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ว่า ผู้นำทางการเมืองถือตัวแทนที่มาจาก การเลือกตั้งของประชาชนที่ได้เข้ามาบริหารองค์กรโดยมีอำนาจ และหน้าที่ในการพัฒนาบ้านเมืองให้เจริญก้าวหน้าและมีความปกติสุขของประชาชน คุณลักษณะของผู้นำทางการเมืองจึงมีความสำคัญกับประชาชนทั้งในการปฏิบัติหน้าที่และการประพฤติตนเป็นคนดี ประกอบด้วย 1) ด้านแบบอย่างที่ดีของประชาชนทั้งการทำงานอย่างซื่อสัตย์ ซื่อตรงต่อหน้าที่ และการประพฤติตนเป็นแบบอย่างทั้งทางกาย วาจาใจ 2) ด้านคุณธรรมและจริยธรรมโดยยึดหลักธรรมาภิบาลในการทำงานและการบริหารงานเพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด และ 3) ด้านความเสมอภาค ผู้นำทางการเมืองจะต้องให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาและการตอบสนองความต้องการ

ของประชาชนอย่างเท่าเทียมเป็นธรรมและด้วยความจริงใจกับทุกฝ่ายที่มีความเกี่ยวข้องโดยคุณลักษณะผู้นำทางการเมืองย่อมขึ้นอยู่กับประชาชนในพื้นที่นั้นๆ รู้สึกนิยมชมชอบนำไปสู่ความเชื่อมั่น ศรัทธา และให้การยอมรับ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นผู้นำในการสร้างการยอมรับด้วยผลงาน และการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อบรรลุเป้าหมาย 2) ด้านความรู้และความสามารถในการประยุกต์ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เพื่อการบริหารด้านต่างๆ ทั้งการพัฒนาและการแก้ปัญหาต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ด้านบุคลิกที่ความเชื่อมั่น รอบคอบ และจิตใจเข้มแข็ง 4) ด้านทักษะการสื่อสารในการรับฟังปัญหา และความคิดเห็นต่างๆ อย่างเข้าใจ และการนำเสนออย่างเชี่ยวชาญ และ 5) ด้านจริยธรรมในการประพฤติปฏิบัติตามความดีงามและมีคุณธรรม และการเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองสามารถเขียนกรอบทฤษฎีเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบทฤษฎีคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

สรุปคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองเมืองมีองค์ประกอบด้านประวัติและภูมิหลังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ การมีประวัติที่ดี ผลงาน ความน่าเชื่อถือการทำงานช่วยเหลือสังคม และการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชน องค์ประกอบด้านสมรรถนะทางการสื่อสารรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ การพูด การฟัง การนำเสนอ และการวิเคราะห์ การมีบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม การมีภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กรที่พึงประสงค์ของประชาชนและในองค์กร และการใช้เทคโนโลยีในการบริหารองค์กร และองค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำองค์กรมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ การบริหารงาน การชี้แนะสั่งการ และช่วยเหลือองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จ การมีหลักการ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ในการบริหารงานและความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือและการเป็นนักประชาธิปไตย การดำเนินงานและการแก้ไขปัญหาต่างๆ การวางตนที่เหมาะสมและการสร้างความสัมพันธ์อันดีการทำเพื่อประชาชน การให้ความสำคัญกับปัญหาและการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

การจัดการการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรมีประเด็นศึกษาในส่วนของด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ การจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ และการจัดการด้านทักษะการสื่อสารและความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร ประกอบด้วย การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงานและการปฏิบัติงาน การจัดการดำเนินการด้านรูปแบบเนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กรการจัดการช่องทางสื่อสารในการบริหารงานการสร้างความร่วมมือและการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน และด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วย การประเมินรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรทัศนคติของประชาชนต่อการรับรู้ข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการกระทำของประชาชนหลังจากการรับรู้ข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร

2.1 แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองเป็นหัวใจหลักของผู้ปกครองที่ต้องสื่อสารกับประชาชนเพื่อสร้างความชอบธรรมในการปกครอง (นันทพร วงษ์เชษฐา, 2564) จึงนับได้ว่าเป็นกระบวนการ

ทางการเมืองที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูล ข่าวสารในแง่การสร้างการรับรู้และการถ่ายทอดไปสู่ประชาชนและผู้มีอำนาจทางการเมือง (บุซอริยิหมะ, 2554, น. 169) การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นพื้นฐานที่มีความสำคัญสำหรับกิจกรรมทางการเมืองทั้งหลายในการก่อเกิดรูปแบบและพยายามมีอิทธิพลต่อนโยบายสาธารณะ (ยุทพร อิศรชัย 2561, น.171) และมีความสำคัญต่อคุณภาพของระบบประชาธิปไตยในฐานะเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสารและความรู้แก่ประชาชนในทางการเมือง (McNair, 1995 อ้างในถึงยุทพร อิศรชัย 2561, น.171169)

ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

Manuel Pares I Maicas, 1992 (อ้างในถึง ชนินทร ม้าทอง, 2560) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง ไว้ดังนี้

1) การสื่อสารใดๆ ที่สัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับระบบสังคม อันได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง การเคลื่อนไหวของประชาชน ซึ่งกลุ่มหรือบุคคลเหล่านี้อาจเป็นทั้งผู้ส่งหรือผู้รับสาร

2) การสื่อสารทางการเมืองเป็นเรื่องของการโน้มน้าวใจ จะกระทำหรือหลอกลวง เพื่อนำไปสู่อำนาจ อุดมการณ์ ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ประชาชาติ ฯลฯ

3) การสื่อสารนี้อาจเป็นไปในรูปของข่าว เหตุการณ์เสมือนจริง การโฆษณาชวนเชื่อ การเบี่ยงเบนข้อเท็จจริง โดยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

4) การสื่อสารทางการเมือง เกี่ยวข้องกับการตลาดทางการเมือง โดยเฉพาะกระบวนการเลือกตั้ง การหยังเสียง อันเป็นเครื่องมือสำคัญในระบบ ประชาธิปไตยแบบตัวแทน

McNair (1995) ได้อธิบายถึงความหมายของการสื่อสารทางการเมืองไว้ 3 ประการ มีดังนี้

1) การสื่อสารทุกรูปแบบที่กระทำโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง

2) การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้เลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง

3) กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงานข่าว บทบรรณาธิการ การวิพากษ์วิจารณ์ในคอลัมน์ต่างๆ ฯลฯ อาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมทางการเมืองทั้งหมด คือ การสื่อสารทางการเมือง ไม่เพียงการพูด การเขียน แต่ทุกอย่างที่ปรากฏสู่สายตาไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของบุคคล เป็นต้น

Raney, 1993 (อ้างในถึงยุทพร อิศรชัย 2561) ได้ให้คำนิยามการสื่อสารทางการเมืองไว้ว่า คือ การถ่ายทอดความหมายที่เกิดขึ้นผ่าน การใช้สัญลักษณ์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลกลุ่มบุคคลพยายามทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นตระหนักถึงความคิดความเห็นเกี่ยวกับบางสิ่ง

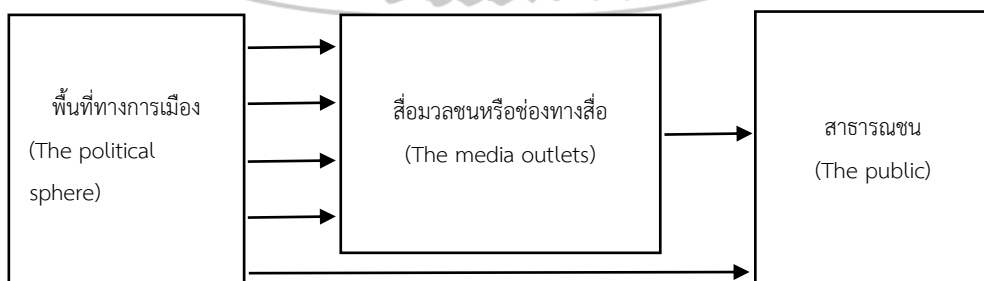
บางอย่าง ทั้งนี้การสื่อสารเกิดขึ้นในหลายรูปแบบ หรือหลายแนวทาง เช่น รูปภาพ ดนตรี ตัวเลข หรือสัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ อากัปกริยา การแสดงออกทางสีหน้า อย่างไรก็ตาม รูปแบบ หรือแนวทางการสื่อสารที่ใช้กันอย่างแพร่หลายโดยทั่วไปก็คือ การพูดและการเขียนซึ่งเราเรียกว่า “ภาษา”

สรุปได้ว่าการสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การกระทำการสื่อสารในทุกรูปแบบของนักการเมืองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์การโน้มน้าวหรือจูงใจโดยมุ่งหวังให้ผู้รับสารรับรู้เพื่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่สนับสนุน และการกระทำหรือไม่ก็ทำตามที่ต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมือง

Lilleker (2006) ให้ทัศนะถึงการสื่อสารทางการเมืองว่าเป็นการสื่อสารระหว่างองค์กรปกครองกับประชาชนซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่อาศัยคำสั่ง หรือนโยบายไปสู่ประชาชน แล้วการสะท้อนกลับไปยังผู้ปกครองในลักษณะของการสื่อสารเป็นเส้นตรงและเป็น กระบวนการจากบนลงสู่ล่าง หรือจากผู้นำไปสู่ประชาชน โดยการสื่อสารทางการเมืองมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

- 1) พื้นที่ทางการเมือง (political sphere) หมายถึงรัฐและตัวแสดงทางการเมืองของรัฐแสดงบทบาทในพื้นที่ทางการเมือง และต้องสื่อสารเพื่อให้การดำเนินงานของตนมีความชอบธรรม และได้รับการยอมรับจากประชาชน
- 2) สาธารณชน (public) หรือประชาชนหมายถึงตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ (non-state actors) ได้แก่ องค์กร กลุ่ม และผู้มีสิทธิเลือกตั้งทำการส่งสารเข้าสู่พื้นที่ทางการเมือง โดยหวังจะสร้างอิทธิพลต่อพื้นที่ การเมือง
- 3) สื่อมวลชนหรือช่องทางสื่อ (media outlets) หมายถึงองค์การสื่อสารมวลชนที่มีอิทธิพลในพื้นที่สาธารณะเช่นเดียวกับพื้นที่ทางการเมืองในสังคมเปิดและการสื่อสารอย่างหลากหลายเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงการสื่อสารทางการเมืองของ Lilleker (2006)

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2560) มีทัศนะความเห็นเกี่ยวกับแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองของ McNair (2018) ไว้ว่า ระบบการสื่อสารทางการเมืองจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันโดยมีความมุ่งหมายที่จะให้การกระทำทางการเมือง (political action) ขององค์กรทางการเมือง และสร้างความเข้าใจให้กลายเป็นความเป็นจริงเกิดขึ้น ซึ่งมีองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ องค์กรทางการเมือง ประชาชน และสื่อมีดังนี้

1) องค์กรทางการเมือง (political Organization) องค์กรทางการเมืองอันเกิดจากบุคคลผู้กระทำทางการเมืองเกิดจากคนที่เห็นพ้องต้องกันมีความคิดในแนวทางเดียวกันมารวมตัวกัน ก่อตั้งเป็นองค์กรที่มีโครงสร้างอุดมการณ์และความเป็นองค์กรเดียวกันเพื่อผลักดันเป้าหมายร่วมกัน

2) ประชาชน (the citizens) ในมิติของการสื่อสารจะเรียกว่า “ผู้รับสาร” เป้าหมายสำคัญที่สุดของการสื่อสารทางการเมือง คือ การโน้มน้าวใจผู้รับสาร ประชาชนผู้รับสาร ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองมองกลุ่มประชาชนออกเป็นสองลักษณะคือ ประชาชนทั่วไปอันหมายถึงประชาชนทั้งหมดของประเทศ และผู้รับสารอันหมายถึงกลุ่มประชาชนที่กำหนดว่าควรจะเป็นผู้รับสาร

3) สื่อ (the Media) ผู้กระทำทางการเมืองหรือผู้เล่นทางการเมืองต้องการใช้สื่อเพื่อที่จะส่งสารให้สื่อสารไปถึงผู้รับสารเป้าหมาย โดยการวางแผนงานทางการเมือง การเขียนนโยบาย การสร้างสิ่งเร้าใจเพื่อการเลือกตั้ง การรณรงค์ในกลุ่มผลักดัน การสร้างประสิทธิผลของการสื่อสารทั้งหมดนี้มุ่งหวังว่าเรื่องราวข่าวสารนี้จะถูกนำไปรายงานข่าวและถูกรับรู้โดยผู้รับสารเป้าหมาย นักสื่อสารทางการเมืองจะต้องเพิ่มการเข้าถึงสื่อด้วยการใช้วิธีการต่างๆ ใดๆก็ตามสื่อจะต้องมีความสมดุลและมีความเป็นกลางในการรายงานข่าวเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



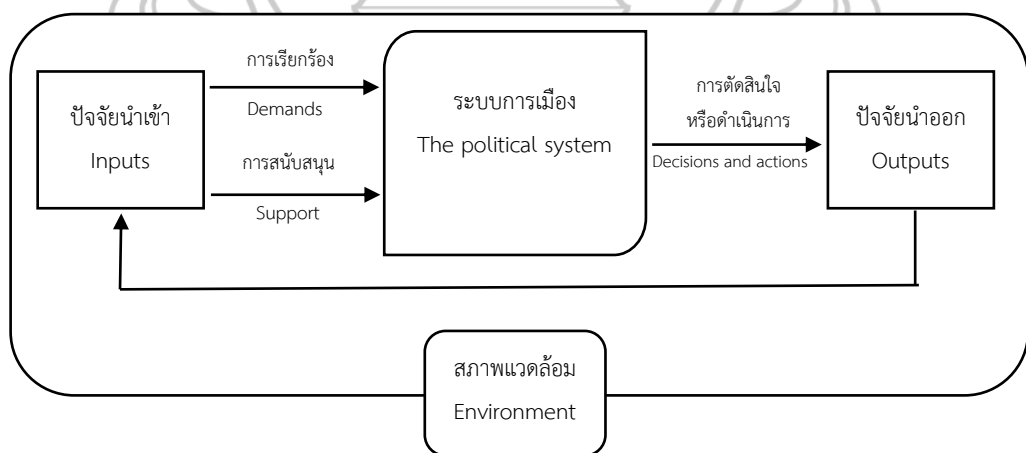
ภาพที่ 2.3 แสดงการสื่อสารทางการเมืองของ McNair (2018)

นันทพร วงษ์เชษฐา(2563) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับแนวคิดของEaston (1953) ไว้ว่า การพัฒนาทฤษฎีระบบเพื่อแสดงให้เห็นว่าชีวิตการเมือง (political life) จะประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ระหว่างระบบการเมืองและสภาพแวดล้อม (environment) ที่ล้อมรอบของระบบการเมือง และสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมย่อมส่งผลกระทบต่อระบบการเมืองผ่านการไหลของปัจจัยต่างๆ เข้าสู่ระบบ โดยมีปัจจัยนำเข้า (input) ได้แก่ ความต้องการ การเรียกร้องและการสนับสนุนจากประชาชนและ

ส่งคมป้อนผ่านโครงสร้างของกระบวนการตัดสินใจเป็นผลลัพธ์ออกมาเป็นปัจจัยส่งออก (output) ของระบบการเมือง เช่น นโยบายหรือการตัดสินใจต่างๆ ของรัฐบาล โดยผลผลิตหรือผลลัพธ์นี้ก็จะมีการปฏิบัติต่อกลับหรือสิ่งป้อนกลับไปยังปัจจัยนำเข้าก็จะกลายเป็นวงจร (loop) เพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าชุดใหม่ในสภาพแวดล้อมของระบบส่งผลให้ระบบเป็นพลวัต(dynamic system)ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ระบบต้องปรับตัวเพื่อสร้างความสมดุลแก่ชีวิตการเมืองอย่างไม่สิ้นสุด

องค์ประกอบสำคัญ 4 ประการจากกรอบการวิเคราะห์ระบบการเมืองของ Easton (1953) ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

- 1) ระบบ หมายถึง ระบบของพฤติกรรม (behavioral system) ในชีวิตการเมือง
- 2) สภาพแวดล้อม หมายถึง สภาพแวดล้อมในระบบจะแยกตัวออกจากสภาพแวดล้อมของมัน หากแต่เปิดรับให้สภาพแวดล้อมเข้ามาเมื่อมีโอกาสได้ สิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า
- 3) การตอบสนอง (response) หมายถึง ความแปรผันไปยังโครงสร้างและกระบวนการภายในระบบ อาจถูกตีความในฐานะตัวการหรือเป็นความพยายามเชิงบวกจากสมาชิกในระบบเพื่อกำกับหรือจัดการแรงกดดันมาจากสภาพแวดล้อมและจากภายในระบบเอง ซึ่งผลที่เกิดจากการตอบสนองคือปัจจัยส่งออก
- 4) ปฏิบัติการต่อกลับหรือป้อนกลับ หมายถึง สมรรถนะของระบบในการต้านทานกับความกดดัน และเป็นหน้าที่นำเสนอสารสนเทศ (information) และอิทธิพลอื่นๆ รวมถึงสิ่งที่ป้อนกลับส่งออกย้อนกลับเข้าไปยังตัวแสดงต่างๆ หรือผู้ตัดสินใจในระบบอีกครั้งหนึ่งเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงระบบการเมืองของ McNair (2018)

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองมีลักษณะกระบวนการของการสื่อสารที่เป็นเส้นตรงระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร หรือผู้นำไปสู่ประชาชน มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ ผู้นำทางการเมืองสื่อมวลชน และประชาชนโดยผู้นำทางการเมืองเป็นบุคคลขององค์การทางการเมืองหรือการได้รับการยอมรับในพื้นที่ทางการเมืองมีความต้องการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนหรือผู้รับสารโดยตรงหรืออาศัยสื่อมวลชนหรือช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลในการเปิดรับข่าวสารของประชาชนและสื่อจะทำหน้าที่สื่อสารที่มีความเป็นกลางในการรายงานข่าวและมุ่งหวังให้ประชาชนหรือผู้รับสารได้รับข่าวสารอย่างทั่วถึงและในส่วนของประชาชนหรือผู้รับสารอาจมีปฏิริยาตอบกลับเพื่อป้อนกลับของข่าวสารหรือความต้องการของตนผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังผู้นำทางการเมืองในระบบการเมืองอีกครั้งหนึ่ง

กระบวนการสื่อสารทางการเมือง

กระบวนการทางการเมืองมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารในแง่การสร้างการรับรู้และการถ่ายทอดไปสู่ประชาชนและผู้มีอำนาจทางการเมือง (บุญอริยิหะ, 2554) การสื่อสารทางการเมืองจึงมีความสำคัญสำหรับกิจกรรมทางการเมืองทั้งหลายที่มีอิทธิพลต่อนโยบายสาธารณะ (ยุทธพร อิศรชัย, 2561) และเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสาร และความรู้แก่ประชาชนในทางการเมืองที่มีความสำคัญต่อคุณภาพของการปกครองระบบประชาธิปไตย (McNair, 1995 อ้างในถึงยุทธพร อิศรชัย, 2561) ซึ่ง Berlo, 1960 (อ้างในถึง สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2559) ได้สร้างแบบจำลองแสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารในปี ค.ศ.1960 และอธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารตามลักษณะของ S M C R Model ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารบทบาทของภาษาหรือความหมายในพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ทางการสื่อสารโดยแบบจำลองนี้มุ่งอธิบายกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ว่าเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ส่งสาร (S) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะผู้ส่งสารที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารและควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับสาร
- 2) ข้อมูลข่าวสาร (M) หมายถึง เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารคือ ตัวกลางหรือสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับสาร
- 3) ช่องทางการส่ง (C) ช่องทางการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น
- 4) ผู้รับสาร (R) คือ ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถเช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

สรุปได้ว่ากระบวนการสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการส่งสารจากนักการเมืองหรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องทางการเมืองมุ่งที่จะสร้างความรับรู้ด้านข้อมูลและข่าวสาร โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อไปสู่ประชาชนหรือผู้รับสาร ซึ่งกระบวนการสื่อสารมีความเชื่อมโยงกับองค์ประกอบทางการเมืองสามารถอธิบายเป็นกระบวนการสื่อสารทางการเมืองได้ดังนี้

1) ผู้ส่งสารทางการเมือง หมายถึง องค์กรทางการเมือง เช่น พรรคการเมือง รัฐบาล ผู้บริหารองค์กรนักการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มกดดันต่างๆ และกลุ่มสื่อสารมวลชน โดยผู้ส่งสารทางการเมืองเป็นกลุ่มที่ต้องการส่งข้อมูล ข่าวสารและยังมีอิทธิพลในการควบคุมข่าวสารและการส่งสาร ซึ่งผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะ ความสามารถ และความชำนาญในการสื่อสาร

2) สารทางการเมือง หมายถึง ชนิดและประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกัน เนื้อหาทางการเมือง สาธารณะ นโยบาย กฎหมาย และข้อระเบียบต่างๆ หรืออื่นๆ ที่มีผลต่อความสงบสุข ความปลอดภัย และความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ซึ่งผู้ส่งสารส่งเนื้อหาข่าวสารออกไปเพื่อให้เกิดผลกับผู้รับสารในแง่ต่างๆ

3) ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง หมายถึง ช่องทางที่จะส่งข่าวสารหรือการเผยแพร่ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการไปสู่ผู้รับสารผ่านการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ โดยผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาประสิทธิภาพของสื่อและประเภทของสื่อว่ามีอิทธิพลกับผู้รับสารและเหมาะสมกับการใช้หรือไม่

4) ผู้รับสารทางการเมือง หมายถึง ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร และมีปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในความคิดเห็นของผู้รับสารแต่ละครั้งว่าเกิดผลสัมฤทธิ์มากน้อย หรือมีประสิทธิภาพหรือไม่

รูปแบบการสื่อสารทางการเมือง

ลักษณะการสื่อสารในทุกองค์กรมี 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารที่เป็นทางการและการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ โดยการมีนักวิชาการได้ให้ความเห็นเรื่องรูปแบบทางการเมืองดังต่อไปนี้

การสื่อสารทางการเมืองสามารถแบ่งรูปแบบอย่างกว้างๆ ออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสาร ระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรง (face-to-face communication) กับ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (mass media) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรง ซึ่งเป็นการสื่อสารทางการเมืองขั้นพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการทำความเข้าใจกับผู้รับสารเพื่อเปลี่ยนความคิดเห็น หรือต่อยอดความคิดเห็นของผู้รับสารให้คล้อยตามผู้สื่อสารเพราะสามารถโต้ตอบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ทันที

2) การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนความสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเหนือกว่าการสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรงก็คือความสามารถในการสื่อสารกับผู้รับสารเป็นจำนวนมากซึ่งย่อมต้องมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของมติมหาชนเป็นจำนวนมาก (ยูทพร อีสรชัย, 2561)

การสื่อสารของผู้ปกครองท้องถิ่นสามารถแบ่งรูปแบบการสื่อสารได้ 3 รูปแบบมีดังต่อไปนี้

1) การสื่อสารในการประชุมโดยคู่การปฏิบัติงานต้องอยู่ภายใต้ระเบียบข้อบังคับตามกฎหมายกำหนดหรือการให้มีอำนาจไว้ ประกอบด้วย การประชุมสภา การจัดเวทีประชาคม การพูดและการปราศรัย การพูดในโอกาสพิเศษ และการปราศรัยต่อชุมชน

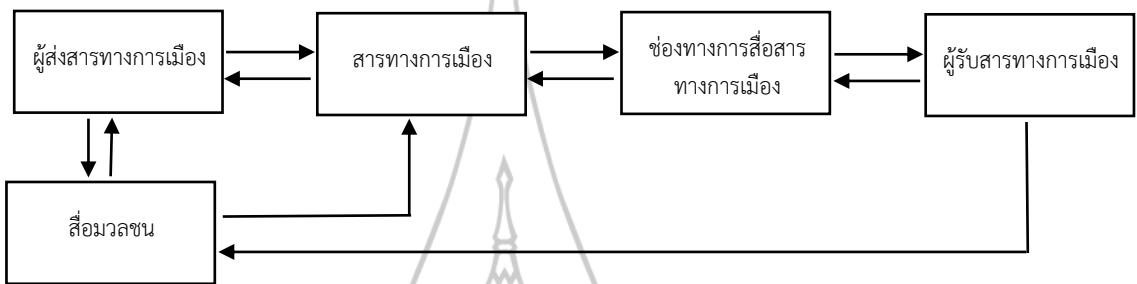
2) การสื่อสารกับสาธารณะเป็นการสื่อสารโดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ กิจกรรมสำคัญต่างๆ ขององค์กร ซึ่งจะต้องอาศัยการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนเพื่อให้ประชาชนรับรู้ในวงกว้าง

3) การสื่อสารผ่านสื่อหรือสังคมออนไลน์ (social media) ที่มีบทบาทการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่ทุกคนสามารถเป็นสื่อได้ และถูกออกแบบให้ใช้งานบนโทรศัพท์มือถือที่มีอิทธิพลความจำเป็นในชีวิตประจำวันทั้งในเรื่องของความเร็วของการนำเสนอและการรับข่าวสารทั้งมีช่องทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2564, น. 43-65)

สรุปได้ว่ารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองในทุกองค์กรมีลักษณะการสื่อสารอยู่ 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารที่เป็นทางการ และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการโดยรูปแบบการสื่อสารของผู้ปกครองท้องถิ่นภายใต้ระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานการสื่อสารกับสาธารณะที่ต้องอาศัยการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนเพื่อให้ประชาชนรับรู้ในวงกว้างและการสื่อสารผ่านสื่อหรือสังคมออนไลน์ซึ่งอาศัยการเพิ่มช่องทางการนำเสนอให้ผู้รับสารเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็วและมีช่องทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

จากข้อสรุปข้างต้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองกลายเป็นรากฐานสำคัญของผู้ปกครองที่มีอำนาจหน้าที่และบทบาทในการทำความเข้าใจทั้งระดับปัจเจกชนและสังคมการเมืองซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการหล่อหลอม ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มบุคคลอาศัยกระบวนการการถ่ายทอดข่าวสารที่มีความหลากหลายรูปแบบและหลายช่องทางการสื่อสารเพื่อมุ่งหวังให้ถึงการรับรู้ของประชาชนหรือผู้รับสาร โดยองค์ประกอบกระบวนการสื่อสารทางการเมืองจะเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับประชาชนเป็นสำคัญ ซึ่งมีสื่อเป็นตัวกลางในการนำเข้าและป้อนกลับของข่าวสารในระบบการเมืองจนเกิดเป็นสภาพแวดล้อมวงจรข่าวสารการเมืองที่มีความสัมพันธ์ไม่สิ้นสุด และมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารทางการเมืองตามลักษณะ S M C R Model ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารบทบาทของภาษาหรือความหมายในพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ทางการสื่อสาร ประกอบด้วย

ผู้ส่งสารทางการเมือง สารทางการเมือง ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง และผู้รับสารทางการเมืองโดยมีรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของผู้บริหารองค์กรหรือผู้ส่งสารทางการเมืองที่มาจากทางเลือกตั้งตามระบบประชาธิปไตยเข้ามาเป็นผู้บริหารองค์กรจะต้องอยู่ภายใต้ระเบียบข้อบังคับตามกฎหมายกำหนดหรือการให้มีอำนาจไว้ได้สำหรับเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร โครงการ กิจกรรมสำคัญต่างๆ ขององค์กรไปสู่ประชาชนหรือผู้รับสารเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.5 แสดงรูปแบบกระบวนการการสื่อสารทางการเมือง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเป็นการผสมผสานหลักการสื่อสาร และการจัดการเข้าด้วยกัน การจัดการทางการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้และสามารถเข้าถึงประชาชนหรือผู้รับสารที่เกี่ยวข้องให้มีความเข้าใจที่ตรงกันในทิศทางเดียวกัน (ภรณ์ทิพย์ สิงห์นิล, 2559, น.14) ได้กล่าวถึงการจัดการทางการสื่อสารที่ถูกต้องและเหมาะสม ประกอบด้วย การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามผล และการปรับปรุงการสื่อสารทุกรูปแบบอย่างให้เป็นระบบ และมุ่งทำให้องค์กรสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อให้บรรลุในวัตถุประสงค์ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2550) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการกิจกรรมของการจัดการทางการสื่อสาร ประกอบไปด้วย การวางกลยุทธ์สื่อสารขององค์กร การออกแบบกิจกรรมการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร การควบคุม การไหลของข่าวสาร และการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยี

ความหมายของการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การจัดการทางการสื่อสารสามารถจัดระบบของตัวแปรได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ การจัดระเบียบทางการสื่อสาร และกระบวนการทางการจัดการสื่อสารโดยมีคุณสมบัติและคุณลักษณะของการจัดการทางการสื่อสาร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2550) ซึ่งคุณลักษณะผู้นำการเมืองเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึง

ความดีเฉพาะตัวของผู้นำทางการเมืองและเบื้องต้นจะต้องเป็นพลเมืองที่ดี เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีจริยธรรมและธรรมาภิบาล มีความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ (ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สุบก่าปัง, สติธร ธนานิธิโชติ และจากรุวรรณ กาบซ้อน, 2558) ในเบื้องต้นได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการจัดการดังต่อไปนี้

Griffin (1999) ได้ให้ความหมายของการจัดการ (management) หมายถึง ชุดของหน้าที่ต่างๆ ในการกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพ คุ่มค่า และมีประสิทธิผล ซึ่งหมายถึงผลสำเร็จของการจัดการจึงจำเป็นต้องตัดสินใจได้อย่างถูกต้องในการปฏิบัติการได้สำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้

Schermerhorn (2002) ได้อธิบายความหมายใกล้เคียงกับ การจัดการ นั่นคือ คำว่า “การบริหาร” (administration) โดยอธิบายว่า การบริหารจะใช้ในการบริหารระดับสูงโดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูงเป็นคำนิยามใช้ในการบริหารรัฐกิจ (public administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (administrator) จะหมายถึงผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร

วิทยากร ท่อแก้ว (2563) ได้ให้ทัศนะว่า การจัดการ (management) หมายถึง การดำเนินการประกอบด้วยหน้าที่ทางการจัดการ 4 อย่าง การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมทรัพยากรพื้นฐานขององค์กร อันได้แก่ ทรัพยากร การเงิน สินทรัพย์ถาวร ข้อมูล และทรัพยากรมนุษย์ เพื่อจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สรุปได้ว่าการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหมายถึง

การกำหนดทิศทางการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยการนำทรัพยากรมาใช้ โดยการจัดระเบียบทางการสื่อสาร และกระบวนการจัดการการสื่อสารให้คุณลักษณะของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสื่อสารไปสู่ประชาชนหรือผู้รับสารในในเชิงบวก ประกอบด้วย การวางแผน (planning) ที่กำหนดทิศทางการทำงานด้านการสื่อสารการจัดองค์การ (organizing) เป็นการประสานทรัพยากรให้เกิดการทำงานตามเป้าหมายที่วางไว้การนำ (leading) เป็นการกระตุ้นให้สมาชิกเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับและองค์กรด้วยการสร้างแรงจูงใจและการควบคุม (controlling) เป็นการประเมินและตรวจสอบติดตามผล

กระบวนการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนของมนุษย์แสดงออก ดีความ และประสานสารต่างๆ ร่วมกับบุคคลอื่น ซึ่งมนุษย์เป็นผู้สร้างและส่งต่อความหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางสังคมจัดการกับเอกลักษณ์ส่วนตัวและเพื่อรักษาความสัมพันธ์ (Verderber, Sellnow, & Verderber 2017

อ้างอิงถึงนันทพร วงษ์เชษฐา, 2564) โดยการจัดการประกอบด้วยหน้าที่ทางการจัดการอยู่ 4 อย่าง ได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การนำ (leading) และการควบคุม (controlling) (วิทยากร ท่อแก้ว, 2563) ซึ่งกระบวนการจัดการทางการสื่อสารมีปัจจัยหลักของการจัดการทางการสื่อสาร 4 ส่วนประกอบด้วย สภาพการณ์แวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการแปรเปลี่ยน และปัจจัยออก (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2550) ในเบื้องต้นได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงเกี่ยวกับกระบวนการจัดการมีดังนี้

Lauzen, 1997 (อ้างอิงถึงนันทพร วงษ์เชษฐา, 2564, น. 210) มีทัศนะความเห็นว่าการจัดการประเด็นเป็นกระบวนการที่มีเป้าหมายเพื่อช่วยให้องค์กรทางการเมืองหรือนักการเมืองสามารถรักษาฐานมวลชน ลดความเสี่ยง สร้างโอกาสและจัดการภาพลักษณ์ที่เป็นสินทรัพย์สำคัญขององค์กรเพื่อประโยชน์ต่อองค์กรทางการเมืองหรือนักการเมืองและผู้มีส่วนได้เสียระดับปฐมภูมิจากการคาดการณ์ การวิจัย และการจัดลำดับความสำคัญของประเด็น ประเมินผลกระทบของประเด็น จากความสำคัญนี้เป็นเหตุให้องค์กรทางการเมืองหรือนักการเมืองจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อการจัดการกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสนใจสาธารณะซึ่งส่วนใหญ่มักอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานการประชาสัมพันธ์

วิทยากร ท่อแก้ว (2563) ได้มีทัศนะเกี่ยวกับกระบวนการจัดการนวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น โดยสรุปได้ดังนี้

1) การศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการสื่อสาร เป็นขั้นตอนแรกของการจัดการการสื่อสารในทางการเมืองและงานการปกครองส่วนท้องถิ่น มีงานหลักจำนวน 2 หมวดใหญ่ๆ คือ หมวดที่ 1 งานการจัดการการสื่อสารให้ได้มาซึ่งอำนาจเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และการกระทำของผู้รับสารการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การใช้สื่อของผู้รับสาร และหมวดที่ 2 งานการจัดการการสื่อสารในระหว่างใช้อำนาจการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้นำและองค์กรในการสื่อสารงานโครงการ หรือกิจกรรมการรณรงค์ตามหน้าที่ รวมถึงการประเมินในมิติต่างๆ เกี่ยวกับผู้นำและองค์กร

2) วางแผนการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่กำหนดทิศทาง หรือกำกับการทำงานด้านการสื่อสารโดยนำผลจากการศึกษาข้อเท็จจริงต่างๆ ในขั้นตอนแรก มาแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาในทางที่สร้างสรรค์แผนงาน หรือ การวางแผนการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับการคิดล่วงหน้าในเรื่องจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สารสื่อ ผู้รับสาร ผลการสื่อสาร รวมทั้งในแผนงานจะต้องประกอบด้วยกรอบแนวคิดที่ใช้ในการสื่อสาร กลยุทธ์ กลวิธีการสื่อสารตามโครงการหรือกิจกรรมย่อยๆ ทางสื่อสาร มีการระบุทรัพยากรหรืองบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการทำงานตามแผน รวมทั้งในแผนจะต้องกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จไว้

3) ดำเนินการหรือปฏิบัติการการสื่อสาร เป็นขั้นตอนการนำแผนงานไปปฏิบัติจริง ซึ่งขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จ การลงมือทำอย่างมุ่งมั่น ตั้งใจ และมีทิศทางชัดเจน กำกับงานให้

เกิดผลจึงต้องอาศัยการจัดการผ่านผู้จัดการและทีมงานโดยจำเป็นต้องจัดคนเข้ามาทำงานในลักษณะองค์กร การจัดระบบโครงสร้างการทำงาน การอำนวยความสะดวก การสั่งการ การประสานงาน การกำกับ การควบคุม การเงิน รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้เพื่อให้แผนงานการสื่อสารบรรลุผลตามเป้าหมาย

4) การประเมินผล เป็นขั้นตอนการประเมินการสื่อสารจะเป็นกิจกรรมใน 2 ระยะ คือ การประเมินระหว่างการดำเนินการสื่อสารตามแผนงานหรือโครงการ กับการประเมินเมื่อสิ้นสุดแผนงานหรือโครงการแล้วซึ่งจะมุ่งเน้นการประเมินความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ การกระทำ หรือพฤติกรรม รวมทั้งประเมินทีมงานการทำงาน การจัดการต่างๆ ตามแผนงาน

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2550) ให้ทัศนะว่า กระบวนการจัดการทางการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักของการจัดการทางการสื่อสารโดยมีกระบวนการจัดการทางการสื่อสารมีดังนี้

1) สภาพแวดล้อมของการจัดการทางการสื่อสาร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการจัดการสื่อสาร โดยอาศัยบรรยากาศทั่วไปของการจัดการสื่อสารที่มีความสำคัญในการกำหนดความคิด พฤติกรรม การรับรู้ การมีส่วนร่วม ความเชื่อและค่านิยม และความพึงพอใจ

2) ปัจจัยเข้า เป็นกระบวนการนำไปสู่การแปรเปลี่ยน ประกอบด้วยหน้าที่ในการสื่อสาร เป็นการกำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร และเกณฑ์ในการเลือกสื่อคือการเลือกสื่อที่สามารถตอบสนองต่อหน้าที่ในการสื่อสารไปตุการปฏิบัติจริง

3) กระบวนการแปรเปลี่ยนหรือการดำเนินงานตามกระบวนการจัดการทางการสื่อสารไปสู่ผลลัพธ์ตามแผนที่ได้วางไว้ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนได้แก่ (1) ลักษณะที่ใช้ในการจัดการ ซึ่งเป็นการกำหนดประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อกลไกในการจัดการสื่อสารได้แก่การเน้นงานหรือกิจกรรมของงานเป็นหลัก การเน้นพฤติกรรมมนุษย์สัมพันธ์ และการมุ่งเน้นถึงเทคนิคการใช้หลักคณิตศาสตร์ในการกำหนดเงื่อนไขการดำเนินงานและการตัดสินใจ (2) ระบบการสื่อสารซึ่งหมายถึงการส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารและผลสะท้อนกลับไปยังผู้ส่งสารอีกครั้งอย่างเป็นระบบและดำเนินไปอย่างครบวงจร (3) กิจกรรมการสื่อสารหมายถึงการเลือกใช้สื่อที่ตอบสนองธรรมชาติการสื่อสารของมนุษย์และเป็นสื่อที่มีความต้องการสูง (4) ระดับการสื่อสารเป็นการจัดระดับการสื่อสารให้เหมาะสมและสอดคล้องกับทักษะของผู้รับสารแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ การสื่อสารสองฝ่าย การสื่อสารกลุ่มย่อย และการสื่อสารสาธารณะ และ (5) การพัฒนาในการสื่อสารเป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เกิดการยอมรับสูงสุดและเห็นสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อการพัฒนากลับสู่มาตรฐานโดยมักตรวจสอบก่อนและหลังการลงมือปฏิบัติงานจริง

4) ปัจจัยออก ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากกระบวนการแปรเปลี่ยนประกอบด้วยเป้าหมายการสื่อสารในการเห็นพ้องต้องกันหรือในการสร้างการยอมรับ การได้ประโยชน์จากการสื่อสารหรือประโยชน์จากการใช้สื่อในมิติต่างๆ เช่นความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การเลือกสื่อของ

แต่ละบุคคล และการนำข้อมูลไปสู่ประโยชน์ในการนำไปปฏิบัติงานได้จริง ความสำเร็จจากการสื่อสารซึ่งวัดจากเนื้อหาสาระหรือข้อมูลที่ปรากฏให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ในทุกระดับ และผลกระทบจากการสื่อสารคือการทำให้ผู้รับสารมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกิดประโยชน์ เกิดความรู้ การวินิจฉัย และความสามารถพัฒนาทักษะและพฤติกรรม และการมีส่วนร่วมที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี

สรุปได้ว่ากระบวนการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเป็นกระบวนการจัดการประเด็นคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรที่มีเป้าหมายเพื่อรักษาสารมวลชน และจัดการภาพลักษณ์ โดยอาศัยกระบวนการจัดการการสื่อสารให้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และการกระทำของผู้รับสาร ประกอบด้วยการวางแผนการสื่อสารเพื่อกำหนดทิศทางดำเนินการเพื่อปฏิบัติการสื่อสาร และการประเมินผลการจัดการการสื่อสารของผู้รับสารที่มีต่อการสื่อสารในหลายมิติ ได้แก่ความรู้ ทักษะคิดที่มีต่อองค์กรและผู้บริหารองค์กร

รูปแบบการสื่อสารการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น

วัลลภ ลำพาย (2551) ให้ทัศนะว่า รูปแบบการสื่อสารอาจจำแนกได้หลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามในที่นี้จะกล่าวถึงการจัดการการสื่อสารจำที่ใช้การจัดแบ่งตามเกณฑ์จำนวนคนที่มีส่วนร่วมในการสื่อสาร มี 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

- 1) การสื่อสารภายในบุคคลเป็นการสื่อสารภายในจิตโดยไม่มีการแสดงออกด้วย วจนภาษาใดๆ
- 2) การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าและเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปโดยมีการสื่อสารทั้งผู้รับและพูดตรงสลับกันไปมา
- 3) การสื่อสารกลุ่มเล็กเป็นการสื่อสารที่มีกลุ่มสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งสมาชิกกลุ่มมีความสัมพันธ์และมีเป้าหมายเดียวกัน
- 4) การสื่อสารกลุ่มใหญ่เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลไปยังผู้รับสารจำนวนมากซึ่งกลุ่มสมาชิกไม่สามารถรู้จักกันทั่วถึง
- 5) การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่มีคนจำนวนมากว่าการสื่อสารกลุ่มใหญ่ โดยผู้ส่งสารและผู้รับ

สารไม่มีความสัมพันธ์หรือความผูกพันส่วนตัวแต่อย่างใดซึ่งเป็นการสื่อสารที่สำคัญที่สุดเนื่องจากส่งผลกระทบต่อสังคมในแง่ของความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสาร

ยุทธพร อิศระชัย (2561) ได้มีทัศนะว่า รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองว่าสามารถแบ่งรูปแบบกว้างๆ ออกเป็น 2 รูปแบบคือ การสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรงกับการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน อธิบายได้ดังนี้

1) การสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรง ซึ่งเป็นการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการทำความเข้าใจกับผู้รับสารเพื่อเปลี่ยนความคิดเห็น ตอกย้ำความคิด หรือให้คล้อยตามผู้ส่งสาร โดยมีลักษณะการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ทันที

2) การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนมีความสามารถในการส่งข่าวสารถึงผู้รับสารจำนวนมากและมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นกับผู้รับสารหรือสมาชิกจำนวนมากด้วยเช่นกัน โดยมีความแตกต่างจากการสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสารไม่ตรงที่ทั้งสองฝ่ายสามารถตอบโต้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ทันที

กานต์ บุญศิริ (2563) มีความเห็นว่า รูปแบบการสื่อสารซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบดังต่อไปนี้

1) ตามช่องทางการสื่อสาร โดยแบ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวซึ่งผู้ส่งสารจะถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสารมีลักษณะเส้นตรงและไม่มีผลย้อนกลับมาสู่ผู้ส่งสาร และการสื่อสารแบบสองทางซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีปฏิริยาโต้ตอบสนองย้อนกลับมายังผู้ส่งสาร

2) ตามลักษณะการใช้ โดยแบ่งเป็นการสื่อสารที่เป็นทางการซึ่งเป็นไปตามรูปแบบของการส่งสารตามภารกิจ หน้าที่ และลำดับชั้นซึ่งจะมีลักษณะการสื่อสารจากบนลงล่างหรือจากล่างขึ้นบนก็ได้ และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการเป็นลักษณะการสื่อสารที่ไม่ได้พิจารณาถึงตำแหน่งในองค์กรและลำดับชั้นซึ่งจะมีลักษณะรูปแบบแนวนอนหรือการข้ามสายงานโดยมักพิจารณาจากความสัมพันธ์ของบุคคลมากกว่า

3) ตามทิศทางของการสื่อสาร โดยข่าวสารจะเดินทางตามช่องทางการสื่อสาร 3 ทิศทาง คือ จากระดับบนไปสู่ล่างซึ่งจะเป็นการส่งสารแบบเป็นทางการหรือการส่งข่าวสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา ทิศทางที่ 2 จากระดับล่างขึ้นบนซึ่งจะเป็นการส่งข่าวสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชาหรือในลักษณะการติดต่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ปฏิบัติงานในการทำงาน และทิศทางที่ 3 แนวนราบหรือแนวนอนเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารจากบุคคลที่มีความเสมอภาคใกล้เคียงกัน และระหว่างบุคคลต่างหน่วยงานซึ่งการสื่อสารมีลักษณะความมุ่งหมายในทิศทางเดียวกัน

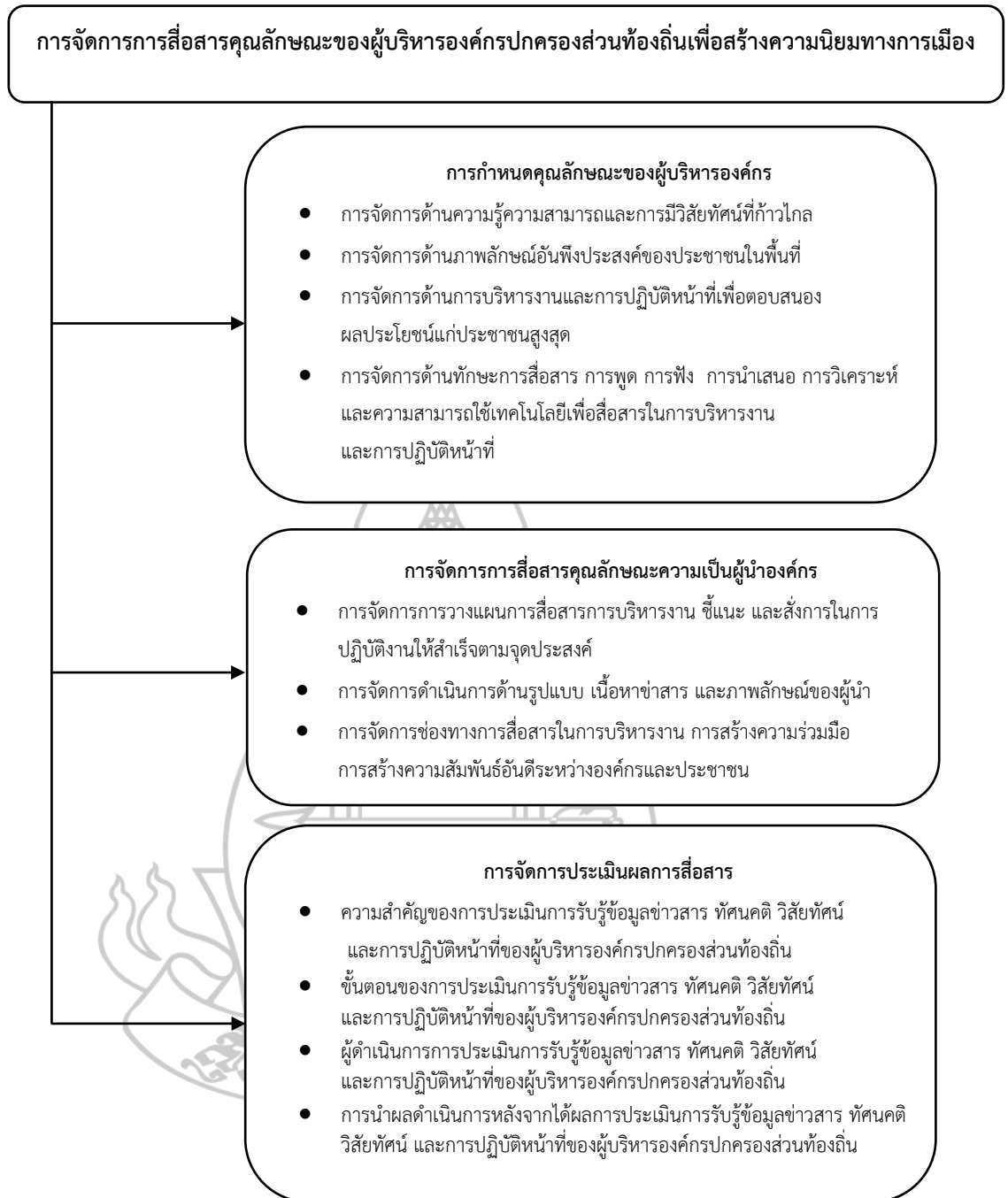
4) ตามสัญลักษณ์ที่ใช้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำและการเขียนหรือการสื่อสารทางภาษา และการสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูดเป็นลักษณะของการแสดงออกทางสีหน้าท่าทางการเคลื่อนไหวหรือการสัมผัส โดยมักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าส่วนใหญ่

สรุปได้ว่ารูปแบบการสื่อสารการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกระบวนการจัดการรูปแบบการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปสู่ผู้รับสารโดยการจัดการแบ่งตามเกณฑ์ของจำนวนคนที่มีส่วนร่วม ซึ่งอาศัยรูปแบบ 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารที่เป็นทางการและการสื่อสารไม่เป็นทางการโดยผ่านช่องทางการสื่อสารในการกำหนดทิศทางของการสื่อสารเพื่อให้สารนั้นตอบสนองตามที่คุณผู้ส่งสารได้คาดหวังไว้

จากข้อสรุปข้างต้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการกำหนดทิศทางของการสื่อสารซึ่งมีประเด็นคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรมาจัดระเบียบทางการสื่อสาร โดยมีกระบวนการจัดการการสื่อสาร ประกอบด้วย 4 อย่าง ได้แก่ 1) การวางแผนที่กำหนดทิศทางการทำงานด้านการสื่อสาร 2) การจัดองค์กรด้วยการประสานทรัพยากรให้เกิดการทำงานตามเป้าหมายที่วางไว้ 3) การนำด้วยการกระตุ้นให้สมาชิกเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับและองค์กรด้วยการสร้างแรงจูงใจและ 4) การควบคุมด้วยการประเมินและตรวจสอบติดตามผลเพื่อให้สารนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและมีอิทธิพลต่อประชาชนหรือผู้รับสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบ และการกระทำของผู้รับสาร ทั้งยังส่งผลต่อการรักษาเสถียรภาพทางการเมือง และภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรและองค์กรโดยอาศัยรูปแบบการจัดการการสื่อสารทั้งรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการและการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการผ่านช่องทางการสื่อสารที่ได้วางแผนและกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเพื่อให้สารนั้นตอบสนองตามที่คุณผู้ส่งสารได้ตั้งเป้าหมายหรือคาดหวังไว้

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง สามารถเขียนกรอบทฤษฎีเป็นแผนภาพได้ดังนี้





ภาพที่ 2.6 กรอบทฤษฎีการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

สรุปการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง มีองค์ประกอบด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ได้แก่ การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ การจัดการด้าน

ภาพลักษณ์อันพึงประสงค์การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ และการจัดการด้านทักษะการสื่อสารและความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อใช้ในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ องค์ประกอบด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน และการปฏิบัติงานการจัดการดำเนินการด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำ และการจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน และองค์ประกอบด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ การประเมินการรับรู้ ขั้นตอนของการประเมินการรับรู้ ผู้ดำเนินการการประเมินการรับรู้ และการนำผลไปดำเนินการ หลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

กลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กรมีประเด็นศึกษาในส่วนของด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายและผลประโยชน์ร่วมกับการกำหนดช่องทางการติดต่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการจัดระเบียบโครงสร้างเครือข่ายเพื่อก่อให้เกิดสมาชิกและเครือข่ายในการมีส่วนร่วมและสนับสนุนการทำงานด้านนโยบายต่างๆ ก่อเกิดความชื่นชอบ วางใจ และเชื่อมั่นด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วย การสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนภายในองค์กรและภายนอกองค์กร การเสริมสร้างและการเกื้อหนุนพึ่งพากัน และกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ของเครือข่ายด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย การวางแผนกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์การกำหนดรูปแบบและลักษณะกิจกรรมการดำเนินการกิจกรรมและการประเมินผลกิจกรรมเพื่อความสัมพันธ์กับประชาชนในพื้นที่และการรักษาสัมพันธ์ภาพภายในองค์กรและภายนอกองค์กรให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนและระหว่างองค์กรมีความใกล้ชิดสนิทสนมช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันและด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วย การกำหนดเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายการกำหนดรูปแบบการนำเสนอ การกำหนดช่องทางการสื่อสารการดำเนินการสื่อสารและการประเมินผลรับรู้จากการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรไปสู่ประชาชน

3.1 แนวคิดการสื่อสารความนิยม

ความนิยมเป็นสิ่งที่บุคคลและองค์กรพยายามแสวงหาหนทางและวิธีการที่จะได้มา ซึ่งความนิยมย่อมส่งผลต่อการได้รับการสนับสนุนในการตัดสินใจและการดำเนินการ บางอย่างของ บุคคลและองค์กรโดยความหมายของความนิยม (popularity) หมายถึง สภาวะความชอบ ความชื่นชอบ ความพอใจ ความเป็นที่ต้องการ การได้รับการยอมรับและการให้การสนับสนุนที่มีต่อบุคคล องค์กร ผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ และกิจกรรมในความคิดและความรู้สึกของประชาชนจำนวนมากและเกิดขึ้น อย่างกว้างขวางประกอบด้วย 4 ส่วนคือ สภาวะความนิยมที่แสดงออกถึงความคิดและความรู้สึกของ ประชาชนถึงความชอบ ความชื่นชอบ ความพอใจ การได้รับการยอมรับ การได้รับการสนับสนุนต่อบุคคลหรือต่อวัตถุประสงค์ของ ฉะนั้นการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม (communication in action) จึงเป็น ปฏิบัติและการดำเนินการสื่อสารตามกระบวนการการสร้างความนิยมผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสาร ต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารเป้าหมาย และมีพลังในการเปลี่ยน ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ และ พฤติกรรมของผู้รับสารโดยการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมมีการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้ 1) การกำหนด รูปแบบการนำเสนอสาร เป็นการกำหนดประเด็นสารที่คัดเลือกไว้เพื่อการสร้างความนิยมทาง การเมืองในการผลิตสื่อตามประเด็นสารที่ออกแบบไว้และวิธีการนำเสนอสารด้วยรูปแบบการนำเสนอ แบบต่างๆ 2) การผลิตสื่อ เป็นการนำประเด็นสารที่คัดเลือกไว้เพื่อการสร้างความนิยมทางการเมือง และรูปแบบการนำเสนอสารที่กำหนดไว้มาดำเนินการผลิตเป็นสื่อที่บรรจุเนื้อหาสารและรูปแบบการ นำเสนอสารเพื่อสามารถนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารชนิดต่างๆ ที่กำหนดไว้ได้ 3) การเลือกใช้สื่อ และช่องทางการสื่อสารโดยผู้บริหารองค์กรจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความนิยมทาง การเมืองจะต้องเผยแพร่สารและสื่อที่ผลิตหรือได้สร้างขึ้นไว้ และจะต้องให้สารในสื่อเหล่านั้นสามารถเข้าถึง การรับรู้ของประชาชนผู้รับสารซึ่งต้องเลือกว่าจะใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารชนิดใดบ้าง และ 4) การติดตามประเมินผลและการแก้ไขปรับปรุงความนิยมเป็นการติดตามผลการสื่อสารผู้รับสาร เป้าหมายว่าเกิดการรับรู้ ตระหนักรู้ เข้าใจ ชื่นชอบ พึงพอใจ และความนิยมที่มีต่อบุคคล องค์กร ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า บริการ และกิจกรรมที่สร้างความนิยมหรือไม่เพียงใด ในระดับใดเพื่อนำข้อมูลมา แก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานการสื่อสารให้ได้ผลมากยิ่งขึ้น (ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2563)

3.2 แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร

กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกในการจัดการการสื่อสารแบบประยุกต์ที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงานขององค์กรในเชิงการวางแผน การตัดสินใจ และการปรับแก้ไขงานต่างๆ กับข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ ขององค์กรและการบริหารการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่าง สาธารณชนกับองค์กร การกระตุ้นพฤติกรรมของสาธารณชนในด้านที่พึงประสงค์ไว้ว่า กลยุทธ์การ สื่อสารเชิงรุก ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การวางระบบการแพร่กระจายข้อมูลเป็น การวางระบบการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร 2) กลยุทธ์การพัฒนาและรักษาสัมพันธ์ภาพกับสาธารณชน

กลุ่มต่างๆ เป็นการดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการก่อให้เกิดความใกล้ชิด สนับสนุน และความไว้วางใจกันระหว่างองค์กรและสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร 3) กลยุทธ์การชี้แนะประเด็นในสื่อเป็นการกระทำการใดๆ เพื่อให้สื่อมวลชนสนใจข้อมูลหรือแหล่งข่าวต่างๆ อันจะส่งผลทำให้สื่อมวลชนให้ความสำคัญกับประเด็นและบุคคลที่เกี่ยวข้อง 4) กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมต่างๆ การให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด อาจแบ่งเป็นกิจกรรมที่องค์กรจัดเองก็ได้หรือกิจกรรมที่องค์กรร่วมมือกับองค์กรอื่นจัดขึ้น และ 5) กลยุทธ์กระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชนเป็นการกระตุ้นการมีส่วนร่วม (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2548)

3.3 แนวคิดการสื่อสารการตลาดทางการเมืองแบบบูรณาการ

การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันสองฝ่าย เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและการแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อกันโดยอาศัยกระบวนการสื่อสารการตลาดที่ใช้โน้มน้าวและการจูงใจหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น เพื่อมุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ จดจำ ชื่นชม และต้องซื้อสินค้าในที่สุด ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับตลาดการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

- 1) การใช้การสื่อสารการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์ (branding) ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการเมือง ซึ่งพรรคการเมืองถูกเปรียบเสมือนสินค้าหรือแบรนด์ที่ต้องมีสิ่งต่างๆ ที่ประกอบด้วยมีดังนี้คือ ชื่อ (name) การออกแบบ (design) และสัญลักษณ์ (symbol) ทั้งที่จับต้องได้ อาทิเช่น สัญลักษณ์หรือโลโก้ และสิ่งที่ไม่จับต้องไม่ได้ อย่างเช่นการนำอารมณ์เข้ามามีส่วนร่วม
- 2) เครื่องมือการสื่อสารการตลาด โดยเครื่องมือทางการตลาดจะต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการนั้นมีหลายประการ เช่น การสำรวจและวิจัยตลาด การแบ่งส่วนการตลาด การวางกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ และการนำไปปฏิบัติโดยจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร
- 3) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสารการตลาดในการปกครองท้องถิ่น ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการดำเนินการเพื่อให้ทราบถึงสภาพ ขนาด โอกาส และแนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วย คือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลให้การมองสภาพข้อเท็จจริงโอกาสของการปรับปรุงและความสำเร็จของเป้าหมาย และ
- 4) การเขียนแผนการสื่อสารการตลาดในการปกครองท้องถิ่นที่จะต้องมีการดำเนินการวางแผนให้มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายก่อนการสื่อสารใดๆ การกำหนดวัตถุประสงค์หรือการกำหนดรูปแบบที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการในกระบวนการตัดสินใจของผู้รับสารให้น่าสนใจดึงดูดใจ และน่าจดจำ ทั้งยังเกิดความต้องการหรือเร่งรัดให้ตัดสินใจ การเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารผ่านรูปแบบสื่อต่างๆ งบประมาณหรือการกำหนดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ และการประเมินผลจากผู้รับสารที่ได้รับข่าวสารซึ่งสามารถทำได้ทั้งก่อนและหลังเพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จ

หรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2564) ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งการตลาดทางการเมืองเป็นอีกแขนงหนึ่งของกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับการชวนเชื่อและการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง โดยการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนได้ ประกอบด้วย ความเข้าใจในการเสริมสร้างให้เกิดความสนใจ การส่งเสริมให้เกิดความต้องการด้วยการโน้มน้าวใจ และการเชื่อมโยงด้วยความรู้สึกลับอันดีให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับความปรารถนาอยู่ในจิตสำนึก (นันทพร วงษ์เชษฐา, 2564)

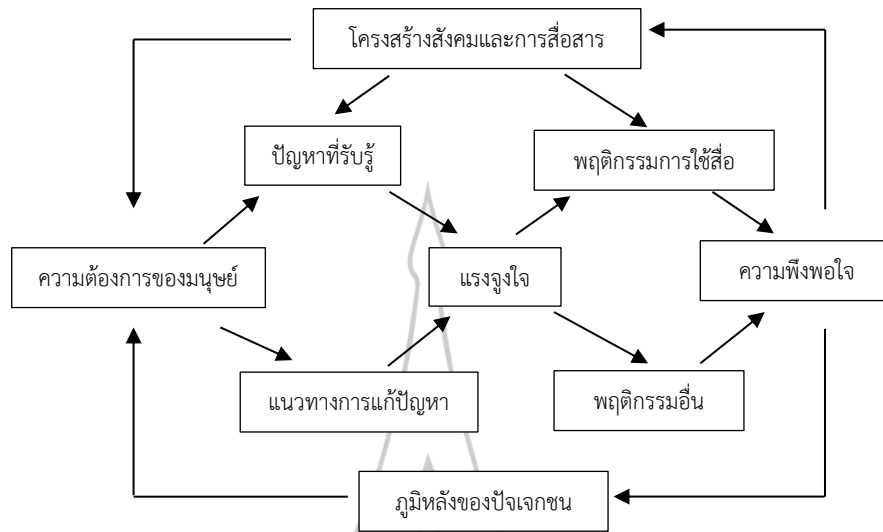
3.4 ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ (uses and gratifications theory)

ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อโดยทฤษฎีนี้มีพื้นฐานอยู่ที่การเลือกใช้สื่อหรือการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารหรือผู้บริโภค มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1) ผู้รับสารจัดอยู่ในฐานะเป็นผู้ใช้หรือเปิดรับสื่อ เนื่องจากเป็นผู้รับสารจะได้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อและการสร้างประสบการณ์จากข้อมูลข่าวสารโดยตรง

2) ผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากสาระจากการนำเสนอของสื่อ เนื่องด้วยผู้รับสารเป็นผู้กระทำการใช้ ซึ่งเป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการสร้างผลกระทบตามทฤษฎีนี้ผู้รับสาร

กล่าวคือเป็นผู้ส่งสารที่มีความกระตือรือร้นและต้องการไปสู่เป้าหมายที่คาดคิดไว้ โดยมีสื่อเป็นเครื่องมือ ผู้รับสารมีความรับผิดชอบในการเลือกสื่อเพื่อสนองต่อความต้องการของตน และใช้สารที่ได้มาเป็นหนทางในการสร้างความพึงพอใจ Palmgreen (1984) ได้ขยายงานของ Rosengren and Windahl (1974) ออกไป ซึ่งความพึงพอใจที่ได้จากสื่อถูกกำหนดโดยทัศนคติที่มีความเชื่อต่อสื่อที่จะสนองตอบ ทฤษฎีนี้โดยชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างสังคมกับการสื่อสาร และภูมิหลังของปัจเจกชนก่อให้เกิดความต้องการของมนุษย์ที่กระตือรือร้นต่อปัญหาการรับรู้ และพยายามหาแนวทางแก้ไขปัญหาให้เกิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ และนอกจากนี้ผลของความพึงพอใจยังส่งผลถึงโครงสร้างสังคมกับการสื่อสารและภูมิหลังของบุคคลหรือผู้รับสารได้เขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.7 แสดงทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ

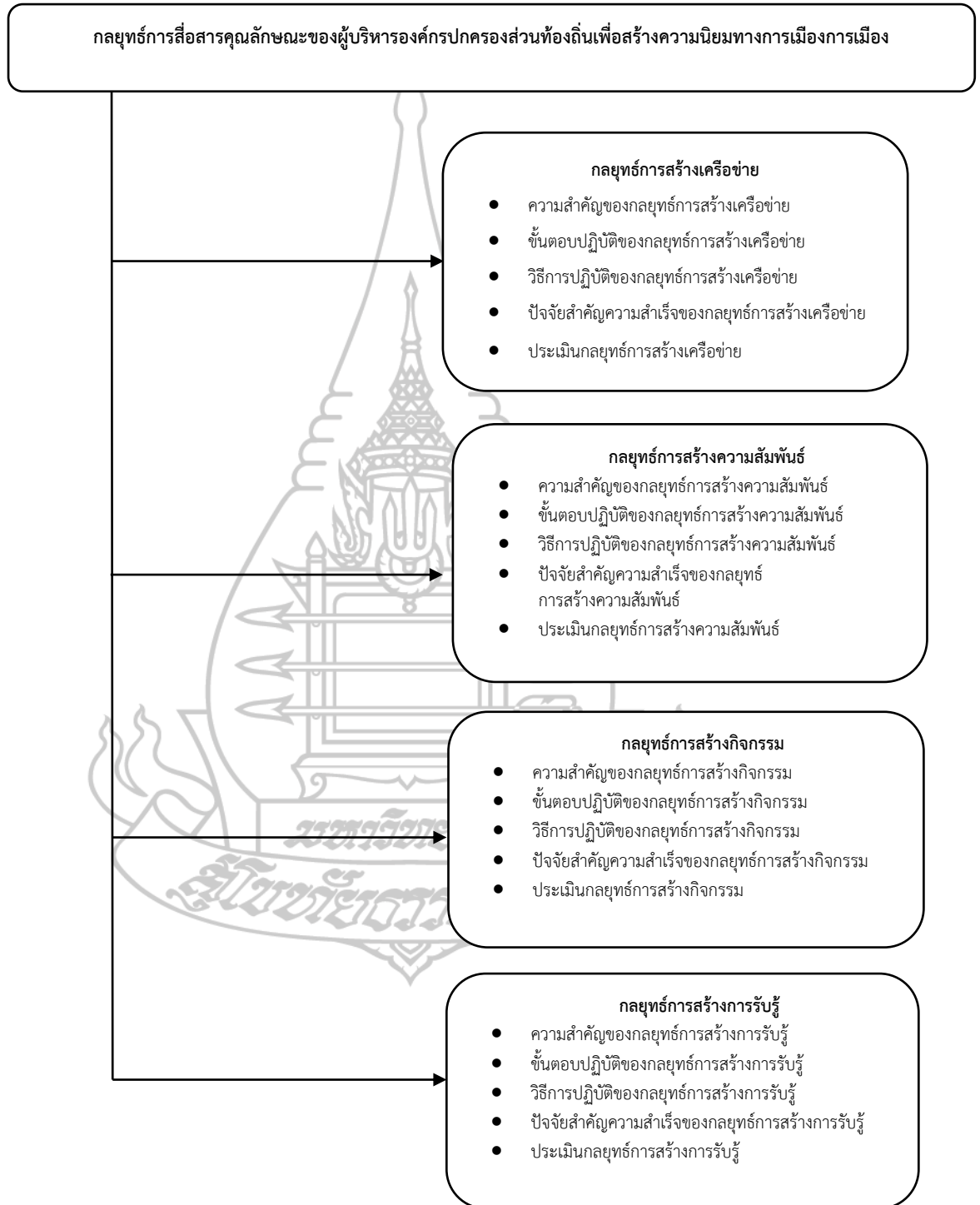
ความพึงพอใจในสื่อขึ้นอยู่กับกับการคาดหวังที่จะได้ประโยชน์หรือรางวัลจากการเปิดรับสารด้วยความพยายามที่ต้องการ หากความพยายามที่ต้องการเปิดรับสื่อมีมากในขณะที่ได้รับผลตอบแทนน้อย บุคคลก็จะไม่เลือกเปิดรับสื่อ นั่นเพราะไม่ได้รับความพึงพอใจจากประโยชน์ที่ได้รับ แต่ในทางตรงข้ามหากรางวัลหรือผลตอบแทนที่ได้รับมากเมื่อเทียบกับการไม่ต้องออกแรงพยายามในการเปิดรับสื่อ คนเราก็จะเลือกเปิดรับสื่อ นั่นเพราะเป็นทางเลือกที่ได้ประโยชน์สูงสุดท่ามกลางทางเลือกในการเปิดรับสื่อต่างๆ สรุปได้ว่า ผู้ส่งสารต้องมีความกระตือรือร้นเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ และเกิดความคาดหวังตามเป้าหมายที่คาดคิดไว้โดยมีสื่อเป็นเครื่องมือ ซึ่งการใช้สื่อใดๆ ให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับสารนั้นโดยผู้ส่งสารมุ่งหวังให้สารนั้นมีประโยชน์และส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับเรื่องราวจากการนำเสนอ แต่อย่างไรก็ตามหากสารนั้นตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสารแล้วที่เค้าแสวงหาสารนั้นๆ ด้วยความพยายาม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2559 , น.350-357)

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นจึงกล่าวสรุปได้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองจึงเป็นกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งผู้บริหารองค์กรหรือผู้ส่งสารแสวงหาหนทางและวิธีการสื่อสารของตนไปสู่ประชาชนหรือผู้รับสารเพื่อรักษาสัมพันธภาพ เสถียรภาพทางการเมือง และความนิยมทางการเมือง โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารในลักษณะโน้มน้าวและจูงใจผ่านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสาระข่าวสาร และช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อมุ่งหวังให้ประชาชนหรือผู้รับสารให้การยอมรับ ความชื่นชอบ ความพึงพอใจ และสนับสนุนตน ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องผสมผสานหลักวิชาการต่างๆ ในการออกแบบกลยุทธ์

ต่างๆ ในการนำเสนอคุณลักษณะของตนไปสู่ประชาชนหรือผู้รับสารและต้องคำนึงถึงความสอดคล้อง และตอบสนองความต้องการของผู้รับสารเป็นหลักแล้วจึงนำมาวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ต่างๆ โดยมี องค์ประกอบของการวางแผนออกแบบ และการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดมีอยู่ 4 ประการคือ 1) การกำหนดประเด็นสาร 2) การผลิตสื่อหรือเนื้อหาสาระ 3) การเลือกช่องทางในการนำเสนอ และ 4) การประเมินผลการสื่อสารทั้งก่อนและหลัง



จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง สามารถเขียนกรอบทฤษฎีเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.8 กรอบทฤษฎีกลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

สรุปกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองมีองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายวิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย องค์ประกอบกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ และประเมินกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ และองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และประเมินกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และองค์ประกอบด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ได้แก่ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ และประเมินกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของทางการเมืองผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภาคใต้

4.1 ลีธีระ เพือกประพันธ์ (2554) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน” ศึกษาในห้วงเวลาระหว่างปี พ.ศ.2512 ถึง พ.ศ.2549 พบว่า คุณสมบัติพื้นฐานของนักการเมืองมี 3 ประการ ได้แก่ 1) ความโดดเด่นด้านบุคลิกภาพ มีประสบการณ์และเข้าใจการทำงานทางการเมือง และความชัดเจนทางการเมืองทำให้เกิดความเชื่อมั่น 2) ภาพลักษณ์ทางการเมือง คือ การมีโวหารเป็นเลิศ การใช้วาทโวหารอย่างคมคายลึกซึ้ง การเป็นนักประนีประนอม และการเป็นนักการเมืองมือสะอาดและ 3) ความเป็นภาวะผู้นำด้านประชาธิปไตย

4.2 ศิริรัฐพันธ์ ไทยานันท์ (2556) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา” ศึกษาในห้วงเวลาดังแต่ พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ.2554 พบว่า การใช้กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเต็มรูปแบบและครบวงจรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ 1) ด้านบุคลิกภาพ การแต่งกาย สีหน้าท่าทางที่เหมาะสมเพื่อสร้างทัศนคติในการยอมรับของประชาชน และการมีทักษะการสื่อสารในการปรับกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมกับสถานการณ์ 2) ข่าวสารที่ได้รับความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาสารที่เกี่ยวกับนโยบายที่มีการออกแบบสารให้มีคุณภาพดีและมี

ความถูกต้องชัดเจน และ 3) สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่และสื่อกิจกรรมพิเศษเป็นช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนมีความสนใจเปิดรับมากที่สุดและประสบผลสำเร็จและมีบทบาทมากที่สุด

4.3 พิชญ์นิธฐา พรรณศิลป์, สัญญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2558) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21” พบว่า 1) บทบาทการนำอย่างมีประสิทธิภาพ คือ คุณลักษณะของผู้บริหารท้องถิ่นที่มีภาวะผู้นำ มีศิลปะการครองใจคน มีความเมตตา เป็นนักประสานประโยชน์ เป็นผู้ที่ตั้งอยู่บนหลักของเหตุผลความถูกต้อง มีความรอบรู้และทันสมัย เข้าใจในบทบาทหน้าที่ มีความประนีประนอม มีความเป็นนักคิด นักวิเคราะห์ และมีวิสัยทัศน์ที่นำองค์กรไปทิศทางที่ถูกต้อง 2) บทบาทเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น คือ ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องสร้างบทบาทในการเข้าถึงและใกล้ชิดประชาชนดูแลความเป็นอยู่ของผู้นับถือในท้องถิ่นทุกมิติ โดยผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องมีเป้าหมายและหลักยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ในทุกๆ ด้านตามภารกิจหน้าที่ และอำนาจภาครัฐในฐานะผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน และ 3) บทบาทของนักบริหารมืออาชีพ คือ ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ให้คำปรึกษา จูงใจ และนำความรู้ให้แก่ผู้อื่นในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นแบบอย่างที่ดี

4.4 ภรณ์ทิพย์ สิงห์นิล (2559) ศึกษาเรื่อง “การจัดการทางการสื่อสารของผู้บริหารเจนเนอเรชั่นวายเพื่อสร้างการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร” พบว่า 1) การจัดระเบียบทางการสื่อสารใช้รูปแบบของอวัจนภาษาและวัจนภาษา เน้นใช้คำพูดที่ไม่เป็นทางการท่าทีสบายๆ บุคคลกรเข้าถึงได้ง่ายโดยมีพื้นฐานที่เชื่อมต่อการเข้าถึงระหว่างผู้บริหารและบุคลากร 2) การติดต่อสื่อสารของผู้บริหารกับภายในองค์กร โดยใช้งานเครื่องมือสื่อสารเข้ามาช่วยบ้างแต่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบซึ่งหน้า 3) ขอบเขตการสื่อสารผู้บริหารควรมุ่งเน้นการพูดคุยภายในองค์กรเป็นสำคัญ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันกับบุคลากรภายในองค์กร

4.5 สิงห์ สิงห์ขจร (2560) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง” ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะผู้นำทางการเมืองเพื่อสร้างความนิยม ประกอบด้วย ประวัติกฎมหลังที่ดี ความน่าเชื่อถือ การมีทักษะการสื่อสาร การมีบุคลิกภาพการแต่งกาย และการแสดงออกถึงความจริงใจอ่อนน้อมถ่อมตน และการเข้าถึงประชาชน 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ประกอบด้วย การสร้างเครือข่ายและกระบวนการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเครือข่าย การลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นและการแก้ปัญหา การสร้างความสัมพันธ์ด้วยตนเองและการรักษาความสัมพันธ์ภาพกับสมาชิกเครือข่าย การสร้างกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมพื้นที่ การสร้างการรับรู้ด้วยการใช้สื่อทุกช่องทางที่เน้นการรับรู้ของประชาชนโดยตรง

4.6 นิชาวดี ตานีเห็ง (2562) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้” พบว่า 1) รูปแบบการสื่อสารในการปฏิบัติงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ได้แก่ การสื่อสารเพื่อการบริหารองค์กร การแสวงหาข้อมูลเพื่อ

การตัดสินใจ การถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสื่อสารเพื่อบำบัดทุกข์บำรุงสุข การสื่อสารผลงานและการสื่อสารเพื่อรักษาฐานเสียงทางการเมือง 2) ด้านการใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารได้แก่ กลยุทธ์รู้เขารู้เราเท่าทันเทคโนโลยี กลยุทธ์เข้าใจเข้าถึงฟังได้ กลยุทธ์การสื่อสารคุณธรรมนำการพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารประสานพลังทีม กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การสื่อสารสมานฉันท์ชุมชนและ 3) สมรรถนะการสื่อสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานได้แก่ การพูด การฟัง บุคลิกภาพความสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างช่องทางการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การเป็นแบบอย่างผู้นำในวิชาศาสนา และการสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม

4.7 สุซานุช พันธนิยะ และฮาซิมอักกริม คงนะเค็ง. (2563) ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง” พบว่า ประกอบด้วย 5 ด้าน 1) ด้านบุคลิกภาพที่มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เชื่อมมั่นกล้าคิดและกล้าตัดสินใจ กระตือรือร้น วางตนได้เหมาะสม อ่อนน้อมถ่อมตน และการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยถูกต้องตามกาลเทศะ 2) ด้านคุณธรรมและจริยธรรมมีความรับผิดชอบในหน้าที่ เสียสละและจิตสาธารณะ จริ่งใจและรักษาคำพูด ซื่อสัตย์โปร่งใสและไม่ใช้อำนาจในทางทุจริต 3) ด้านการบริหารมีกระบวนการการบริหารงานในการกำหนดเป้าหมาย แนวทางปฏิบัติ และการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน มีความสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุด และบริการอย่างมีประสิทธิภาพ 4) ด้านวิสัยทัศน์ที่มีความสามารถในการพัฒนา มีการวางแผนนโยบายในระยะยาวที่สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ มีนโยบายที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ และ 5) ด้านประสบการณ์ในการทำงาน การมีทักษะความสามารถในการแก้ปัญหาและสนองความต้องการของประชาชน มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ของตนในมิติต่างๆ และมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นอย่างดี ทั้งยังต้องมีทักษะการสื่อสารระดับท้องถิ่นได้ดี

4.8 มณี ศรีสมุทร (2564) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น” พบว่า 1) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่ประชาชนต้องการรับรู้มี 4 ด้าน คือ 1) ความเป็นผู้นำ การมีวิสัยทัศน์ทางการบริหารจัดการองค์กร การมีมุมมองในการพัฒนาท้องถิ่นที่ชัดเจน และผลงานที่โดดเด่นในการพัฒนาท้องถิ่น 2) การวางแผนภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นจะต้องวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งเพื่อกำหนดคุณลักษณะในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้นำท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนและแก้ไขภาพลักษณ์ที่เป็นจุดอ่อน 3) บุคลิกภาพท่าทางการแต่งกายการใช้ภาษากายท่าทาง และการแสดงออกของผู้นำทางการเมืองต้องให้ประชาชนรู้สึกเข้าถึงและสัมผัสได้ การแสดงออกถึงความเป็นกันเอง หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงภายในตัวตนทั้งความรู้สึก ความคิด ทัศนคติ มุมมองให้เกิดความรู้ เข้าใจและจดจำ 4) การประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่นในการรับรู้ของประชาชนจะต้องประเมินภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน คือ

ความเป็นผู้นำ การบริหารจัดการองค์กร การพัฒนาท้องถิ่นและผลงานที่โดดเด่นซึ่งจะต้องนำผลการประเมินมาแก้ไขปรับปรุง และการปรับแผนการสื่อสารและมีการประเมินติดตามภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง

4.9 นิสิต ท่อแก้ว (2564) ศึกษาเรื่อง “การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด” พบว่า 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความต้องการที่ปรึกษามืออาชีพในการวางระบบการสื่อสาร การปฏิบัติการสื่อสาร กำกับติดตามงานการสื่อสารและการประเมินผลการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ในฐานะผู้นำองค์กร การสร้างผลงานที่ประจักษ์ การสื่อสารตอบโต้ทางการเมือง การสื่อสารต่อสาธารณชนและองค์กรในการปฏิบัติหน้าที่ผู้นำองค์กร และการสื่อสารนโยบายและผลงานในการขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อการนำองค์กรอย่างมืออาชีพ ไร้อุปสรรคและทำงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ 2) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์จะต้องมีการกำหนดแผนการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ การประเมินภาพลักษณ์ การปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เป็นที่น่าจดจำ มีความเป็นมืออาชีพในการบริหารงานการเป็นผู้นำองค์กรที่คาดหวังของพนักงานและลูกจ้างขององค์กรได้ และ 3) ความคาดหวังของประชาชนต่อนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องเป็นคนเรียบง่ายติดดินเป็นกันเองยิ้มแย้มแจ่มใสมีความคิดก้าวหน้า ขยันงานเอาใจใส่ประชาชน มีความรู้การบริหารองค์กร การใช้เทคโนโลยีอย่างชำนาญ มีทักษะการสื่อสาร การพูดการฟังการนำเสนออย่างเข้าใจง่าย กระชับและเป็นมืออาชีพ มีการสื่อสารนโยบายและผลงานมีความต่อเนื่องมีสาระน่าสนใจและชวนติดตาม

4.10 Hugh Bochel and Catherine Bochel (2010) ศึกษาเรื่อง “Local Political Leadership and the Modernization of Local Government Studies” พบว่า 1) ภาวะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะต้องให้ความสำคัญกับการทำงานเพื่อตอบสนองต่อนโยบายและการสะท้อนปัญหาค่านิยมของชุมชนและพลเมือง 2) ผู้นำท้องถิ่นจะต้องมีความสามารถในการจัดการเครือข่ายขนาดใหญ่ ปัญหาที่ซับซ้อน และกลุ่มผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน 3) ทักษะความเป็นผู้นำในการจัดการที่สร้างสรรค์ในฐานะผู้บริหาร ความสามารถคิดวางกลยุทธ์ วางแผนการทำงานขององค์กรและเพื่อนร่วมงาน และ 4) การมีทักษะการสื่อสารที่ต้องตระหนักถึงเหตุผลของการส่งสารนั้นๆ และการปรับระดับการสื่อสารให้เหมาะสมกับความแตกต่างของระดับผู้รับสารที่มีแตกต่างกันออกไป การพัฒนาความพร้อมของตนเอง อยู่เสมอ และความสามารถผสมผสานระหว่างทักษะการจัดการ ทักษะทางการเมือง และการจัดการสื่อให้เป็นที่ยอมรับและน่าสนใจ

4.11 Martin, J. and Aulich, C. (2012) ศึกษาเรื่อง “Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs” พบว่า 1) การจัดการทักษะทางการเมืองจะต้องสะท้อนกลับของการรับรู้ทางการเมืองของพลเมือง เกี่ยวกับการใช้อำนาจ ความซื่อสัตย์ และการตอบสนองของรัฐบาลท้องถิ่นและสมาชิกในท้องถิ่น

2) ผู้นำจะต้องตระหนักถึงบทบาทและการปรับตัวอย่างเหมาะสม การสร้างความเข้าใจในประเด็นทางการเมือง และนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและพลเมือง

3) ความสัมพันธ์ในทางการเมืองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสภาและการบริหารต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรม มุ่งเน้นการทำงานขององค์กรที่น่าเชื่อถือ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนายกเทศมนตรีและสมาชิก การกำหนดและพัฒนาความสัมพันธ์ วิธีการสร้างความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมการจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ที่เหมาะสม และ 4) ผู้นำจะต้องอำนวยความสะดวกในการสร้างความสัมพันธ์ทางด้านกิจกรรม ทักษะคิด และส่งเสริมแนวทางการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย

4.12 Klinger, U. Michalska, Kand Russmann, U. (2020) ศึกษาเรื่อง “Are Campaigns Getting Uglier, and Who Is to Blame? Negativity, Dramatization and Populism on Facebook in the 2014 and 2019 EP Election Campaigns” พบว่า 1) การสร้างเนื้อหาประชานิยมทางการเมืองของพรรคการเมืองบนเฟซบุ๊กสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก ความนิยม การมีปฏิริยาการมีส่วนร่วม และการแสดงความคิดเห็นบนโซเชียลเน็ตเวิร์คในวงกว้าง และ 2) การสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสร้างความนิยมโดยตรงระหว่างประชาชน ผู้นำ พรรคการเมืองที่มีความเป็นธรรมชาติในการช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพ ความรู้สึกให้มีความเป็นเนื้อเดียวกันหลายๆ กลุ่มเข้าด้วยกันในพื้นที่สาธารณะเพื่อขับเคลื่อนสังคมและความคิดเห็นจากทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมของผู้ใช้จำนวนมาก



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารโดยบทที่ 3 ซึ่งเป็นบทที่ว่าด้วยวิธีการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ 1) แบบการวิจัย 2) ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ 5) การวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ผู้ให้ข้อมูลหลักรวมทั้งสิ้น 33 คนประกอบด้วยผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วย 1) นายกองค์กรปกครองส่วนจังหวัด จำนวน 2 คน นายกเทศมนตรี จำนวน 3 คน และนายกองค์กรปกครองส่วนตำบล จำนวน 1 คน 2) เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละ 1 คน รวมจำนวน 6 คน 3) เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละ 1 คน รวมจำนวน 6 คน 4) ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร แต่ละ 2 คน รวมเป็น 12 คน และ 5) ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คนโดยการเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ (criterion sampling) อ้างอิง Creswell, J. W. (2012) แบ่งเป็น 5 กลุ่มดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ นายองค์กรปกครองส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์กรปกครองส่วนตำบลในพื้นที่ภาคใต้ โดยมีเกณฑ์เป็นผู้บริหารองค์กรที่ได้รับการเลือกตั้งดำรงตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีความต่อเนื่องติดต่อกันมาเกิน 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 - พ.ศ.2565 และยังคงดำรงตำแหน่งในปัจจุบันโดยมีผลงานการบริหารงานองค์กรจนประสบผลสำเร็จได้รับรางวัลต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 คน ได้แก่

1. นายวิสุทธิ์ ธรรมเพชร นายองค์กรการบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง
2. นายสัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์ นายองค์กรการบริหารส่วนจังหวัดสตูล
3. นายทรงชัย วงษ์วัชร ดำรงนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. นายคนองศิลป์ ชิตรกุล นายกเทศมนตรีตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
5. นายชนกฤต ภูมิมาตร นายกเทศมนตรีตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง
6. นายสินธพ อินทร์ตัน นายองค์กรการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา

กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในงานวิจัยครั้งนี้แห่งละ 1 คน รวมจำนวน 6 คน ได้แก่

1. นางจินตนา กาญจมนรัตน์ หัวหน้าฝ่ายตรวจติดตามและประเมินผลองค์กรการบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง
2. นางปุณิกา สุวรรณโณ เจ้าหน้าที่หัวหน้าฝ่ายสถิติ ข้อมูล และสารสนเทศ องค์กรการบริหารส่วนจังหวัดสตูล
3. นางสาวนาถยา ชัยกิจ ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และงบประมาณเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช นางสาววิญญา เทพบุรี เจ้าหน้าที่พนักงานเทศบาลตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. นายปิยะวิทย์ รักหนู เจ้าหน้าที่นักวิเคราะห์นโยบายและแผนงาน เทศบาลตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง
5. นายนันท์ณรงค์ ยกถาวร ผู้ช่วยนักทรัพยากรบุคคล องค์กรการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา

กลุ่มที่ 3 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการงานสื่อสาร ได้แก่ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการงานด้านการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในงานวิจัยครั้งนี้แห่งละ 1 คน รวมจำนวน 6 คน ได้แก่

1. นางพิไลพร หรุดคา เจ้าหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการองค์กรการบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง
2. นายวิชา นาคบรรพต เลขานุการองค์กรการบริหารส่วนจังหวัดสตูล
3. นายพิพัฒน์ มากกำเนิด ผู้ช่วยนักวิเคราะห์นโยบายและแผนเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4. นางสาวสุภัทสร สวรรณา เจ้าหน้าที่พนักงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. นางสาวมะลิพุทธถนอม เจ้าหน้าที่งานปฏิบัติประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง

6. นางสุกัญญา อวระภาค ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา

กลุ่มที่ 4 ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร ได้แก่ ผู้นำชุมชนในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นการวิจัยในครั้งนี้แห่งละ 2 คนรวมเป็น 12 คน ได้แก่

1. นายสมพงศ์ ก่งเซ่ง กำนันตำบลปากพะยูน จังหวัดพัทลุง
 2. นายเจริญ แก้วมณี ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 7 ตำบลหารเทา จังหวัดพัทลุง
 3. นายสุไศล โพธิ์คก ประธานวิสาหกิจชุมชนขนมพื้นบ้านเกาะแกล จังหวัดสตูล
 4. นายชัยพร เสงข์ชวน ประธานหอการค้าจังหวัดสตูล
 5. นายสมชาย สังกะเลา ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

6. นางเสาวภา อินทรสุวรรณ ประธานกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบลเสริมชาติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

7. นายสุวัฒน์ ดาวเรือง ประธานกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

8. นายปราโมทย์ ไทยฤทธิ์ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 6 ตำบลบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

9. นายประยูร จักรัส ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 9 ตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง

10. นายวิทยา ชัยรักษ์ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 12 ตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง

11. นายสมศักดิ์ เทพกุล กำนันตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา

12. นางสาวนงลักษณ์ ผลชนะนะ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 5 ตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา

กลุ่มที่ 5 ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง โดยมีเกณฑ์เป็นผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสาร การให้คำปรึกษาด้านการสื่อสาร และการปฏิบัติงานด้านสื่อสาร และที่ไม่เป็นนักวางแผนการสื่อสาร การให้คำปรึกษาและการปฏิบัติงานด้านสื่อสารของผู้บริหารองค์กรในงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 3 คน ได้แก่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี

ประวัติการทำงาน / ประสบการณ์ / ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารการตลาดสื่อสารทางการเมืองและกฎหมายและจริยธรรมการสื่อสาร

- กรรมการเฉพาะเรื่องด้านการปฏิรูปกฎหมายสื่อสารมวลชน สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย (คปก.) (2557-2558)

- กรรมการร่างกฎหมายเพื่อการปฏิรูปสื่อสารมวลชน ในคณะกรรมการการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน (2557-2559)

- ที่ปรึกษาหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการประชาสัมพันธ์ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ (2561-2564)

- อนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (2562-2564)

- ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.) (2560-2564)

- อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.) (ปัจจุบัน)

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร

ประวัติการทำงาน / ประสบการณ์ / ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับนิติศาสตร์การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาดดิจิทัลมีเดีย การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสารมวลชน การสื่อสารการเมือง การสื่อสารองค์การ การวางแผนการสื่อสาร และกฎหมายด้านสื่อมวลชนจริยธรรมสื่อมวลชน

- อนุกรรมการด้านการพัฒนาการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนภาคเหนือ วุฒิสภา (2552)

- อนุกรรมการคณะอนุกรรมการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการจัดทำกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สำนักนายกรัฐมนตรี (2550)

- คณะทำงานโครงการประชาสัมพันธ์การรับฟังความคิดเห็นของประชาชนส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค สำนักนายกรัฐมนตรี (2550)

- คณะทำงานโครงการประมวลผล วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการจัดทำกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สำนักนายกรัฐมนตรี (2550)

- คณะทำงานปฏิบัติการสื่อสารงานมหกรรมประชาธิปไตย สำนักนายกรัฐมนตรี (2550)

- คณบดีคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (ปัจจุบัน)

3. อาจารย์ ดร.มณี ศรีสมุทร

ประวัติการทำงาน / ประสบการณ์ / ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับนิติศาสตร์การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น

- บรรณาธิการข่าวเครือเนชั่นกรุ๊ป (2548 2535)
- ทีมที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) (2551 2549)
- นักวิชาการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ศูนย์วิจัยและพัฒนาการสื่อสาร การเมืองและสังคม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2556-2563)
- Blogger Platform ข่าว77kaoded.com นักเขียน อาจารย์พิเศษ วิทยากร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ปัจจุบัน)
- ที่ปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น (ปัจจุบัน)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหาร องค์กรเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ระดับหัวหน้าฝ่าย เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารและ ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสารในพื้นที่ และผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง โดยสร้างขึ้นตาม วัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทาง การเมือง นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ช่วยในการสัมภาษณ์ ได้แก่ อุปกรณ์บันทึกเสียง อุปกรณ์บันทึกภาพ หนึ่ง สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกที่โครงสร้างจะกำหนดแนวคำถามซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบได้ อย่างอิสระตามที่ต้องการตอบ และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปผลการวิจัยที่มีเหตุผลสนับสนุน ชัดเจนโดยแบบสัมภาษณ์ 2 ชุดมี 4 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยชุดที่ 1 ส่วนที่ 1-3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 คือ แบบ สัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ นายกองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีการคัดเลือกผู้บริหารองค์กร จำนวน 6 คน เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรจำนวน 6 คน เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารขององค์กร จำนวน 6 คน และผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสารใน พื้นที่จำนวน 12 คน ซึ่งก่อนที่จะนำไปใช้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของเครื่องมือที่ สร้างขึ้นก่อนนำไปใช้ โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับคุณลักษณะของตัวแปรที่ต้องการ วัดตามที่ได้นิยามไว้ว่าครอบคลุมหรือไม่ และทำการตรวจสอบคุณภาพโดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ ที่ปรึกษาและให้ผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ใน การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ต่อไปนี้

(1) ด้านประวัติและภูมิหลัง ได้แก่ 1) ประวัติพื้นฐานการศึกษา และรางวัลต่างๆ ก่อน และขณะดำรงตำแหน่งมีอะไรบ้างและ 2) การทำงานด้านช่วยเหลือสังคมและกิจกรรมทางสังคม เพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนมีอะไรบ้างและเป็นอย่างไร

(2) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านการพูด การฟัง การนำเสนอให้เข้าใจอย่างง่ายและมีความทันสมัยเป็นอย่างไร ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ 2) สมรรถนะด้านบุคลิกภาพที่เหมาะสม การแสดงออกถึงความจริงใจอ่อนน้อมถ่อมตน และเป็นกันเองเข้าถึงได้ง่ายเป็นอย่างไร ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ 3) สมรรถนะด้านภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กรที่มีภาวะผู้นำที่มีจิตใจที่เข้มแข็งกระตือรือร้นเป็นอย่างไร ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ และ 4) สมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีความสามารถใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานหรือบริหารองค์กรมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ

(3) ด้านความเป็นผู้นำองค์กร ได้แก่ 1) การบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น 2) หลักการ เป้าหมาย มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น 3) การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือและการเป็นนักประชาธิปไตยเพื่อบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จในการทำงานมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น 4) การวางตนที่เหมาะสม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กรและภายนอกองค์กรมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น และ 5) การทำประโยชน์เพื่อให้กับประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหา และการรับดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างเร่งด่วนมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น

ส่วนที่ 2 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ต่อไปนี้

(1) ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ 1) การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น 2) การจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น 3) การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุดมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น และ 4) การจัดการด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอ การวิเคราะห์ และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น

(2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร ได้แก่ 1) การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน ชี้แนะ และสั่งการในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดประสงค์

ที่ตั้งไว้มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น 2) การจัดการดำเนินการด้านรูปแบบเนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กรมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้นและ 3) การจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงานการสร้างความร่วมมือการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน เพื่อบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จในการทำงานมีอะไรบ้างทำไมผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น

(3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร ได้แก่ 1) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรมีความสำคัญอย่างไร 2) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรมีขั้นตอนอะไรบ้าง 3) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรมีใครเป็นผู้ดำเนินการและ 4) หลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแล้วนำไปดำเนินการอย่างไร

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ต่อไปนี้

(1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนปฏิบัติอย่างไร 3) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ 4) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร และ 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

(2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนปฏิบัติอย่างไร 3) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ 4) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร และ 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

(3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนปฏิบัติอย่างไร 3) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ 4) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร และ 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

(4) ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนปฏิบัติอย่างไร 3) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ 4) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร และ 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยชุดที่ 2 ส่วนที่ 4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 คน ซึ่งก่อนที่จะนำไปใช้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของเครื่องมือที่สร้างขึ้นก่อนนำไปใช้ โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับคุณลักษณะของตัวแปรที่ต้องการวัดตามที่ได้นิยามไว้ว่าครอบคลุมหรือไม่ และทำการตรวจสอบคุณภาพโดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและให้ผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ต่อไปนี้

(1) แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ 1) แนวทางการพัฒนา ด้านสมรรถนะทางการสื่อสารมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น และ 2) แนวทางการพัฒนาด้านความเป็นผู้นำองค์กรมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น

(2) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ 1) การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น 2) แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรมีอะไรบ้าง ควรเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น และ 3) แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารมีอะไรบ้าง เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น

(3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ 1) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น 2) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์มีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น และ 3) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลในสัมภาษณ์ แบบเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามบัญชีรายชื่อ

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเครื่องบันทึกเสียง ภาพนิ่ง และการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจัดข้อมูลเรียงตามความสำคัญของประเด็นเป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์และ ประเด็นคำถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป โดยมีแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนที่ 1-3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 กระบวนการวิจัย ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยติดต่อประสานงานเป็นการส่วนตัวกับผู้บริหารขององค์กรซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารขององค์กร และผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสารในพื้นที่ แล้วสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ระหว่างการพูดคุยในการสัมภาษณ์จะมีการขออนุญาตจดบันทึก บันทึกเสียง และถ่ายภาพเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนที่ 4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 กระบวนการวิจัย

ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยติดต่อประสานงานเป็นการส่วนตัวกับผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง แล้วสัมภาษณ์ และขอข้อเสนอแนะต่างๆ ระหว่างการพูดคุยในการสัมภาษณ์จะมีการขออนุญาตฉบับที่ก บันทึกลเสียง และถ่ายภาพเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ซึ่งเป็นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารและผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้บริหารองค์กรในพื้นที่แล้วจึงนำข้อสรุปดังกล่าวเพื่อขอคำแนะนำแนวทางการพัฒนาการสื่อสารจากผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองโดยมีขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกต โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลโดยได้รวบรวมข้อมูลรายละเอียดของการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในประเด็นและด้านต่างๆ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นโครงการวิจัยและเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนติดต่อประสานงาน ผู้วิจัยได้ทำการเลือกและติดต่อกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ ระดับหัวหน้าฝ่ายขององค์กร กลุ่มที่ 3 เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารขององค์กร และกลุ่มที่ 4 ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสารในพื้นที่ ในเบื้องต้นโดยให้ทางมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช เป็นผู้ประสานงานส่งหนังสือไปยังผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 กลุ่มดังกล่าวเพื่อขอเข้าไปสัมภาษณ์พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ ในส่วนของผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 5 ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานในส่วนของผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองจากหน่วยงานต่างๆ ในการขอสัมภาษณ์ขอคำแนะนำการพัฒนาการสื่อสาร และข้อเสนอแนะต่างๆ

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการแต่มีแนวคำถามเป็นกรอบการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์และได้กำหนดตัวคำถามไว้ล่วงหน้าที่มีคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ตามประเด็นผู้วิจัยได้วางไว้ และยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องบันทึกเสียง โดยผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน และขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

4.4 การตรวจสอบข้อมูล

4.4.1 การตรวจสอบโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลโดยไม่ใช้แบบสอบถามแต่มีแนวคำถามเป็นกรอบในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ซึ่งเป็นผู้บริหารองค์กร เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ระดับหัวหน้าฝ่ายเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการด้านการสื่อสารองค์กรหรือตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนหรือการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารองค์กร ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสารในพื้นที่ และผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง

4.4.2 การตรวจสอบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ ในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้จากการได้ศึกษา แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาทางงานวิจัยและผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการด้านการสื่อสารทางการเมืองเป็นผู้ตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องและนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเพื่อให้เกิดความแม่นยำและถูกต้องในการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.5 การยืนยันข้อมูล ใช้การยืนยันข้อมูลโดยการนำข้อมูลในประเด็นที่ศึกษาในทุกตามวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้วิจัยได้วิเคราะห์และสร้างข้อสรุปเรียบร้อยแล้ว จึงได้นำข้อสรุปดังกล่าวไปทวนสอบกับผู้ให้ข้อมูลเพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุป ได้ดำเนินการจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลมาลดทอน จัดระเบียบ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ เพื่อสร้างเป็นข้อสรุปข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในส่วนการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบด้วยวิธีต่างๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1-3 ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การพรรณนาวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบตามประเด็นเนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) ด้านประวัติและภูมิหลัง (2) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสารและ (3) ด้านความเป็นผู้นำองค์กร 2) การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร (2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และ (3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร และ 3) กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร

ได้แก่ (1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย (2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ (3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมและ (4) ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การพรรณนาวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบตามประเด็นเนื้อหาที่ศึกษา คือ แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และ 3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

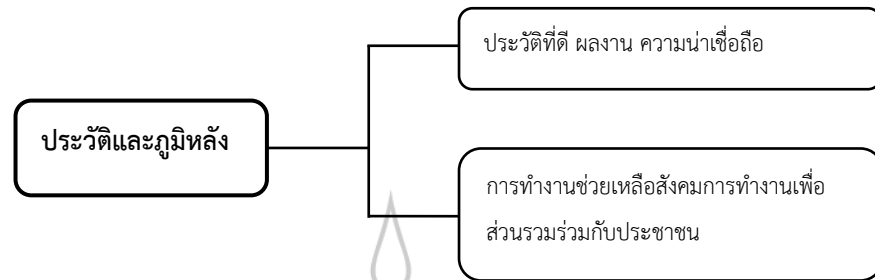
การวิจัย เรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร โดยบทที่ 4 ซึ่งเป็นบทที่ว่าด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และ 4) ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

จากผลวิเคราะห์การศึกษาในส่วนที่ 1 ประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านประวัติและภูมิหลัง 2) สมรรถนะทางการสื่อสาร และ 3) ความเป็นผู้นำองค์กรโดยได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านประวัติและภูมิหลัง

ผลการศึกษาด้านประวัติและภูมิหลังประกอบด้วย คือ (1) ประวัติที่ดี ผลงาน ความน่าเชื่อถือ (2) การทำงานช่วยด้านเหลือสังคมและการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชน โดยสรุปเป็นแผนภูมิรายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 ด้านประวัติและภูมิหลัง

1.1.1 ประวัติที่ดี ผลงาน ความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาประวัติที่ดี ผลงาน ความน่าเชื่อถือ พบว่า 1) ระดับการศึกษามีตั้งแต่ปริญญาตรีจนถึงระดับปริญญาเอก พื้นฐานครอบครัวและเครือญาติมีอาชีพทำธุรกิจที่มั่นคง มีฐานะทางการเงิน มีชื่อเสียงในพื้นที่ และการได้รับแรงจูงใจจากการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว ญาติพี่น้อง กลุ่มเครือข่ายทางการเมือง และกลุ่มอาชีพต่างๆ ในการเข้าสู่เส้นทางทางการเมืองและเพิ่มการเพิ่มระดับทางการเมืองที่สูงขึ้น 2) ประวัติผลงาน พบว่า ในระดับองค์การบริหารส่วนจังหวัด และเทศบาลเมืองมีความภาคภูมิใจในรางวัลที่ได้จากสถาบันพระปกเกล้าด้านความโปร่งใสและส่งเสริมการมีส่วนร่วม และในระดับเทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พบว่ารางวัลที่มีความภาคภูมิใจได้จากสำนักงานคณะกรรมการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ด้านการบริหารจัดการที่ดี และการส่งเสริมวัฒนธรรมและภูมิปัญญา พบว่า เกิดจากการเข้าอกเข้าใจผู้ร่วมงาน การทำงานและการสนับสนุนผลักดันช่วยเหลือให้งานประสบความสำเร็จ และการเป็นแบบอย่างของการทำงานร่วมกันทุกคนทุกฝ่ายอย่างเป็นมิตรและเป็นกันเอง และ 3) ความน่าเชื่อถือต่อประชาชนในพื้นที่ พบว่า เกิดจากการจริงใจในการแก้ปัญหา การฟังความทุกขั้วร้อน การให้ความช่วยเหลืออย่างทันท่วงที การให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำที่มีความคงเส้นคงวา ความเป็นกันเองกับประชาชน การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและการประพฤติตนเป็นแบบอย่าง การตอบสนองความต้องการของประชาชนด้วยนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นรูปธรรมอย่างมีความเท่าเทียมกัน ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เข้าเป็นนายกสมัยแรกจบปริญญาตรีแล้วเว้นวรรคไปหนึ่งสมัยศึกษาต่อระดับปริญญาโทจนมาลงเลือกตั้งอีกครั้งติดต่อกัน 2 สมัย ได้การจากสนับสนุนของครอบครัว และทีมงานต่างๆ ...”(ชนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...จบปริญญาเอกเอาความรู้ตรงนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์กับประชาชน รางวัลที่ได้รับจาก อปท. ซึ่งรางวัลระดับประเทศนั้นยังไม่ได้รับยังไม่เข้าเงื่อนไขมีปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรไม่เพียงพอในการสนับสนุนการทำงาน...” (สินธพ อินทร์ดี, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกสัมฤทธิ์ท่านจบปริญญาตรีและปริญญาโทเป็นนักกิจกรรมจิตอาสาตั้งแต่สมัยเรียนหนังสือมาก่อน เคยเป็นนักการเมืองท้องถิ่นระดับ อบต. มีญาติพี่น้องที่เป็นนักการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่นหลายคน ครอบครัวทำธุรกิจส่วนตัวหลายด้านมีทั้งแพปลา รับเหมางานก่อสร้าง มีญาติๆ และเครือข่ายเป็นผู้สนับสนุนให้เข้าสู่การเมืองจนถึงได้เป็นนายก อบจ. ในปัจจุบัน...” (ชัยพร เสงฆ์ชวน, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เดิมทีครอบครัวเป็นเกษตรกรทำสวนยางสวนปาล์มได้มีการสนับสนุนจากพรรคพวกเพื่อนฝูงและชาวบ้านเข้ามาเลือกตั้ง...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...นายกวิสูตร ถือได้ว่าเป็นตระกูลนักการเมืองท้องถิ่นกันทั้งบ้านของพ่อลุง ตั้งแต่สมัยรุ่นปู่ท่านก็เป็นกำนัน ญาติพี่น้องก็เป็นทั้ง สส. อดีต สส. นักการเมืองท้องถิ่น พูดได้เลยว่าเค้าเป็นบ้านใหญ่ของพ่อลุง มีฐานเสียงสนับสนุนแน่นหนาในพื้นที่ จ.พัทลุง...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

“...นายกสินทานจบ ม.3 เคยเป็นผู้ใหญ่บ้านและกำนันมาก่อนแล้วมาจบปริญญาตรีก่อนมาดำรงตำแหน่งนายก...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ์, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การบูรณาการแบบข้างเคียงก็เป็นรางวัลที่ชนะเลิศระดับประเทศที่บ่งบอกถึงความต้องการของประชาชนที่พึ่งพากันเป็นสวัสดิการแบบองค์รวมซึ่งชาวบ้านเข้าโครงการได้ประโยชน์โดยที่ อบต. เป็นผู้บริหารจัดการและสนับสนุน...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...รางวัลที่ภูมิใจจะเป็นระดับ อบต. ดีเด่น ด้านส่งเสริมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาส่วนใหญ่เป็นความร่วมมือจากชาวบ้านและนักปกครองท้องถิ่น...” (ชนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...รางวัลที่ได้รับจากพระปกเกล้าเกิดจากการทำงานขององค์กรที่ตอบสนองความต้องการประชาชน รางวัลที่ได้รับมันเป็นไปตามธรรมชาติที่เข้าเงื่อนไข...” (สัมฤทธิ์ เสียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...นายกที่บ้านทำธุรกิจส่วนตัวเป็นธุรกิจที่ครอบครัวดูแลแก่ปล่อยให้ลูกชายเป็นผู้ดูแล ...” (ประยูร จักรัส, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...สิ่งที่เห็นเป็นประจำคือการให้ความช่วยเหลือชาวบ้าน พูดจริงทำจริงคือแก่เป็นคนจริงจังจริงใจ...” (วิทยา ชัยรักษ์, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ลุงชาเป็นคนอึดยาคัยดีให้เกียรติลูกน้องที่ทำงานเรียกว่าลุงชาชาวบ้านเรียกว่านายกชา...” (นันทน์รงค์ ยกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกขาเข้าถึงชาวบ้านช่วยเหลือเอาใจใส่ไม่ถือตัว...” (สมศักดิ์ เทพกุล, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2566)

“...นายกขาประสานงานเกี่ยวกับโครงการที่ทำมาบ่อยๆ ว่าชาวบ้านได้รับประโยชน์จริงหรือไม่...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

“...การทำตัวเป็นแบบอย่างไม่ถือตัวให้ ชาวบ้านเห็นเข้าถึง สัมผัสได้ นโยบายที่ชุมชนจับต้องได้ มีอะไรที่ต้องการความช่วยเหลือสามารถเข้าถึงได้ง่าย...” (สุไพล โปธิ์ต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ปกติแล้วก็เป็นการทำงานสร้างความร่วมมือกันทั้งองค์กรที่ช่วยกันทำงาน ซึ่งท่านนายกเป็นแกนหลักสำคัญในการขับเคลื่อน...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

1.1.2 การทำงานด้านช่วยเหลือสังคมและการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชน

ผลการศึกษาการทำงานด้านช่วยเหลือสังคมและการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชน พบว่า 1) มีการสนับสนุนให้การช่วยเหลือสังคมโดยผ่านทางกลุ่มจิตอาสา มูลนิธิต่างๆ ในพื้นที่ปกครองของตน และการให้ความช่วยเหลือในเบื้องต้นแก่ประชาชนเป็นการส่วนตัวโดยมีการช่วยเหลือสังคม 2 รูปแบบคือ การลงพื้นที่เข้าไปช่วยเหลือด้วยตนเองและการมอบหมายให้ตัวแทนหรือผ่านตัวแทนเครือข่ายในพื้นที่ 2) การทำงานตามภารกิจเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนภายใต้อำนาจหน้าที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ตามแผนนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นที่กำหนดไว้ล่วงหน้าในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ด้านส่งเสริมสุขภาพ ด้านส่งเสริมอาชีพและกิจกรรมลูกเงินเร่งด่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นและประชาชน และการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนภายใต้บทบาทความเป็นผู้นำท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่างๆ และ 3) มีส่วนร่วมกับประชาชนในลักษณะของกิจกรรมตามบริบทวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันและมีส่วนร่วมและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่อยู่ในแผนกิจกรรมนโยบายของท้องถิ่นในลักษณะการเป็นส่วนตัว เช่น งานบวช งานศพ งานขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เขามาขอความช่วยเหลือก็ต้องช่วย อย่าให้เขากลับไปด้วยความผิดหวัง ช่วยไปตามหน้าที่ที่ต้องทำ ส่วนที่ไม่มีอำนาจก็ต้องดูว่าต้องช่วยได้อย่างไร...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ปกติก็ให้การสนับสนุนกิจกรรมจิตอาสาต่างๆ ไม่ใช่ต้องเป็นหน้าที่เสมอไปแต่เขาเป็นเครือข่ายการทำงานของผมเช่นกัน บางครั้งก็ช่วยเหลือส่วนตัวหรือมอบให้คนอื่นไปแทนส่วนเรื่อง

ที่ต้องทำงานปฏิบัติหน้าที่ในฐานะนายกก็ทำปกติอยู่แล้ว...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...แทบจะเป็นภารกิจหลักที่ต้องลงพื้นที่ช่วยเหลือทั้งส่วนตัวและหน่วยงานต่างๆ เข้ามาดูแลประชาชน ให้ความวางใจยอมให้เราดูแล เชื่อใจ เราเองต้องทำให้เขาเห็นอย่างไม่เห็นดเหน้อย...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...นายกทรงชัยมีกิจกรรมช่วยเหลือชาวบ้านมีเยอะมากๆ ไม่มาด้วยตัวเองก็มีทีมงานตนเข้ามาดูแล ท่านลุยงานตลอดไม่ว่างานไหนๆ วางใจได้...” (สมชาย สังข์วงษา, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกก็จะลงพื้นที่ดูแลความเดือดร้อน ส่งคนมาดูแลช่วยเหลือมีกิจกรรมงานใดๆ ก็ จะร่วมกับชาวบ้านให้เห็นเสมอ...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

“...เป็นเรื่องธรรมดาทั้งในหน้าที่และไม่ใช้หน้าที่นายกต้องเข้ามาดูแลสนับสนุน ส่งเสริมทุกๆ ด้านทุกๆ ท้องที่อย่างน้อยก็มาให้เห็นหน้าให้กำลังใจกัน...” (สมพงศ์ ก่งเซ่ง, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2566)

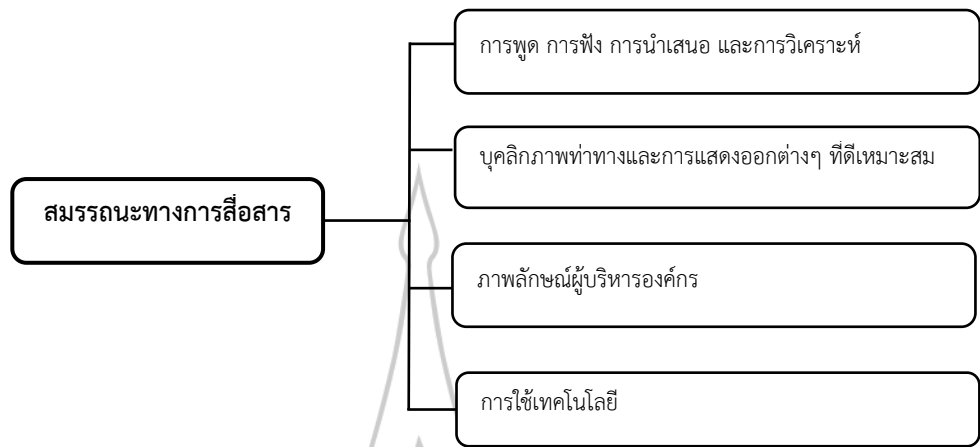
“...เมื่อก่อนน้ำท่วมไม่ได้นายกทรงชัยมาช่วยชาวบ้านลำบากแน่นอน ตอนนี้ท่วมก็ไม่ มากแล้วไม่เดือดร้อน ท่านก็ถามบ่อยๆ ว่าขาดเหลืออะไรบ้าง...” (สมชาย สังข์วงษา, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2566)

“...มาช่วยเหลือชาวบ้านร่วมมือกับชาวบ้าน คือทุกรูปแบบทั้งเรื่องส่วนตัวเดือดร้อน เรื่องส่วนรวม ชุมชน บอกนายกกันทั้งนั้น มีอะไรนึกถึงนายกสินก่อน...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

สรุปด้านประวัติและภูมิหลังรายละเอียด คือประวัติที่ดี ผลงาน ความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย ประวัติการศึกษา ครอบครัวและการได้รับการสนับสนุน ผลงานเชิงประจักษ์ในการทำงาน และการมีความน่าเชื่อถือต่อประชาชนในพื้นที่การทำงานด้านช่วยเหลือสังคมและเพื่อส่วนรวมร่วมกับ ประชาชนประกอบด้วย การสนับสนุนให้การช่วยเหลือสังคมการทำงานตามภารกิจเพื่อส่วนรวมร่วมกับ ประชาชนและการมีส่วนร่วมกับประชาชนตามบริบทสังคมในพื้นที่

1.2 ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร

ผลการศึกษาด้านสมรรถนะทางการสื่อสารประกอบด้วย คือ (1) การพูด การฟัง การนำเสนอ และการวิเคราะห์ (2) บุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม (3) ภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กรที่พึงประสงค์ของประชาชนและองค์กร และ (4) การใช้เทคโนโลยี ในการบริหารองค์กร โดยสรุปเป็นแผนภูมิรายละเอียดผลการศึกษา และผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความ คิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.2 ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร

1.2.1 การพูด การฟัง การนำเสนอและการวิเคราะห์

ผลการศึกษารายการพูด การฟัง การนำเสนอและการวิเคราะห์ พบว่า 1) ทักษะการพูด มีการใช้ภาษาภาคใต้ด้วยสำเนียงท้องถิ่นในการพูดคุย ชี้แนะ แนะนำและสั่งการกับเจ้าหน้าที่พนักงาน ในสถานที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่ และใช้ภาษาของภาคกลางด้วยภาษาสำเนียงภาคกลางในที่ประชุมร่วม หรือการประชุมกับองค์กรเครือข่ายต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นทางการและมีการพูดคุยสนทนากับ ประชาชนในพื้นที่ด้วยภาษาภาคใต้ด้วยสำเนียงท้องถิ่นให้ดูเป็นกันเองกระชับเข้าใจง่ายดูเหมือนกับพี่น้องหรือคนในครอบครัว 2) ทักษะการฟัง การให้ความสำคัญกับการฟังคำถาม ข้อสงสัยและความ เดือดร้อนเพื่อเก็บเป็นประเด็นในการได้ตอบกับผู้สนทนา และ 3) ทักษะการนำเสนอและการวิเคราะห์ มีการพูดเน้นย้ำในประเด็นสำคัญที่จะบอกกล่าว การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย อธิบายเรื่องราวต่างๆ ที่มีความ ซับซ้อนด้วยการยกตัวอย่างหรือหาสิ่งเปรียบเทียบที่สร้างความเข้าใจง่ายและการสังเกตพฤติกรรม และปฏิกิริยาของผู้สนทนาชอบหรือไม่ชอบ เข้าใจในสิ่งที่พูดคุยด้วยหรือไม่ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้ แสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ใครเป็นใครก็ต้องฟังเขาก่อนที่จะได้ตอบคุยกันเน้นสร้างความเข้าใจ คุยให้เข้าใจ ต้องการอะไรจะแก้ปัญหาอย่างไร...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ก็ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทหน้าที่ สร้างความเข้าใจในการพูดคุยทั้งที่ทำงานและ กับชาวบ้าน โดยเฉพาะชาวบ้านเราต้องใส่ใจตั้งใจฟังเรื่องที่สื่อสารความต้องการของเขาให้มาก...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...เราเองกำลังสื่อสารกับใครก็ต้องดูก่อน ภาษาที่ใช้ภาษาท้องถิ่นบ้านเราเป็นหลัก เราเองทำงานกับชาวบ้าน ถ้ากับหน่วยงานราชการก็ต้องปรับให้เป็นสากลในเวลานั้น ส่วนจะพูดอย่างไรให้เขาเข้าใจทำอะไรให้เขาเข้าใจนั้น เราเองต้องเป็นผู้ฟังที่ดีก่อนให้เห็นด้วยว่าเขาต้องการอะไรจะได้โต้ตอบสนทนากับเขาได้...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...พูดกันง่ายๆ ทำงานเหมือนคนในครอบครัวช่วยกันทำมีอะไรคุยกันเอาแบบง่ายๆ ภาษาบ้านๆ เข้าใจง่ายดี...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...พูดคุยกันแล้วแต่จังหวะงานแบบไหน ถ้าพูดคุยกันภายในก็ใช้ภาษาใต้บ้านเรา ท่านนายกทรงชัยท่านจะปรับเปลี่ยนภาษาพูดไปตามหน้างานที่ต้องทำนะผมเห็นและเข้าใจอย่างนั้น...” (พิพัฒน์ มากกำเหนิด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ถ้าคุยเป็นการส่วนตัวหรือพบเวลาลงพื้นที่ก็ภาษาบ้านเรา แต่ถ้าในวงประชุมก็ใช้ภาษากลางหรือบางทีก็สลับกันบ้าง...” (ประยูร จักรัส, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...พูดกันแบบชาวบ้านๆ ทั่วไป เวลาพูดคุยก็แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ลงซาพูดไม่เยอะสร้าง ความเข้าใจจนกว่าจะเข้าใจตรงกัน...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ผมคนใต้พูดภาษาใต้ท่านก็พูดภาษาใต้ พบกันส่วนใหญ่เวลาที่ประชุมเข้าใจง่าย พูดน้อยไม่เยอะไม่ยืดเยื้อ เข้าใจได้ง่าย แต่ท่านเหมือนรู้ว่าเราเข้าใจหรือไม่ ถ้าเริ่มมีความสงสัยท่านจะทบทวนพูดซ้ำเสมอ...” (สมชาย สัจวงษา, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2566)

“...เวลาลงพื้นที่มาเยี่ยมท่านนายกส่งยิ้มมาแต่ไกลทักทายพูดคุยกับพี่น้อง พูดกันคือว่าเหมือนชาวบ้านทั่วไปถามไถ่สารทุกข์สุขดิบกัน ท่านค่อนข้างคุยสนุกและจริงจังกับคำพูด...” (สุไพล โปธิ์ดก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

1.2.2 บุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม

ผลการศึกษานักศึกษาบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม พบว่า

- 1) มีลักษณะการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยดูสะอาด โดยมีการแต่งกายตามข้อระเบียบราชการและการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าพื้นถิ่นและเน้นการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับกิจกรรมหรือกิจกรรมของวัฒนธรรมประเพณีบริบทของท้องถิ่น และ 2) การแสดงออกด้วยท่าทางที่เป็นมิตร และการเข้าถึงง่าย หรือการจับไม้จับมือยกมือไหว้และตอบรับการทักทายด้วยรอยยิ้ม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ดูดีตลอดไม่ว่าจะเจอที่สำนักงานหรือกิจกรรมนอกสถานที่ แต่งตัวเรียบร้อย นิสัยเป็นกันเอง ทักทายจับไม้จับมือแบบสนิทใจ...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

“...มีความเป็นกันเองเข้าถึงได้ง่าย แสดงออกถึงความจริงใจเป็นมิตร การแต่งกายโดดเด่นเรียบร้อยกลมกลืนกับทุกภารกิจ ท่านยิ้มเก่งมากๆ ...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...ท่านนายกสัมฤทธิ์วางตัวดีพรรคพวกเพื่อนฝูงมากมายเพราะท่านให้ความสำคัญกับมิตรภาพ การเข้าหาชาวบ้านวางตัวเป็นคนง่ายๆ พบปะพูดคุยเข้าถึงได้เสมอทั้งที่บ้านและที่ทำงาน โดยส่วนตัวที่พบปะกันร่วมกิจกรรมด้วยกันที่การลงพื้นที่หรืออยู่บ้านท่านนายกสัมฤทธิ์ก็แต่งตัววางตัวเหมือนชาวบ้านทั่วไปคลุกคลีสนิทสนม...” (ชัยพร เฮงชวน, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ท่านนายกเป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิมเป็นที่รักของชาวบ้าน มีความใกล้ชิดสนิทสนม เข้ากับผู้คนได้ง่าย มีสัมมาคารวะกับผู้เฒ่าผู้แก่ ท่านเป็นนายกที่ให้ความสำคัญกับที่ทำงานซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องแต่งตัวตามระเบียบราชการและงานกิจกรรมต่างๆ ที่ได้วางกำหนดไว้ ท่านทำงานเป็นกันเองจริงใจและเอื้อเฟื้อเมตตาต่อทุกคน...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ความเป็นกันเอง จริงใจและการมอบมิตรภาพให้กันทำให้ใครๆ ก็รักนายก การแสดงกิริยาท่าทางท่านเวลาได้พบพูดคุยกันก็เป็นเหมือนชาวบ้านทั่วไปคุยสนุกมีหลักการแบบผู้นำ และท่านไม่ถือตัว...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การแต่งตัวคือสังเกตได้ว่าใครเป็นนายก ท่านแต่งตัวสุภาพเรียบร้อย แต่มีความโดดเด่นกว่าใคร เช่น สีเสื้อที่ไม่เหมือนใครเวลาทำกิจกรรม หรือ เหมือนกับคนอื่นก็สังเกตจากบุคลิก ความเป็นผู้นำที่ดีมีความเป็นกันเองเข้ากับคนอื่นได้ง่าย อ่อนน้อม กิริยาท่าทางอื่นๆ มันบ่งบอกให้เห็นเอง...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

“...การทำตัวอย่างเรียบง่ายให้เป็นไปตามธรรมชาติของตัวเองมากที่สุดไม่ให้ชาวบ้านที่เข้ามาหาเขาเองจะรู้สึกแตกต่าง เราเองต้องปรับตัวให้เข้ากับชาวบ้านให้ความไว้วางใจเหมือนพี่น้องเหมือนครอบครัว ในส่วนที่ทำงานก็ต้องปรับตัวให้เป็นไปตามกฎระเบียบทั้งการแต่งกาย การวางตัวให้น่าเชื่อถือ สร้างความรักสามัคคีปรองดองยึดหลักการทำงานเพื่อประชาชนเป็นที่ตั้ง...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

1.2.3 ภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กร

ผลการศึกษาภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) มีจุดมุ่งหมายที่จะทำงาน มุ่งมั่นในการแก้ปัญหาต่างๆ และการตอบสนองความต้องการของประชาชน 2) มีความทนต่อแรงกดดันอย่างมีสติอดทน และมีความเปิดกว้างความคิดเห็น และ 3) และเป็นแบบอย่างให้กับพนักงาน เจ้าหน้าที่และประชาชน ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“...องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนตามความต้องการใครมีปัญหาอะไรก็ต้องลงไปช่วย ช่วยไม่ได้ก็ต้องประสาน การทำหน้าที่ต้องเปิดกว้างทั้งระดับความคิดเห็นการมองปัญหาและการพัฒนานโยบายต่างๆ ให้สอดคล้องกับทุกภาคส่วน การเป็นผู้นำไม่ใช่แค่ทำหน้าที่นายกที่ต้องบริหารงานให้สำเร็จ แต่กว่าจะได้รับการยอมรับทนต่อแรงกดดันรอบด้านต้องตั้งสติและต้องแก้ปัญหาอย่างเข้าใจ...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ท่านเป็นผู้มีความอดทนต่อการทำงาน กระตือรือร้นมุ่งมั่นไม่ว่าจะทำงานยากลำบากกดดันเพียงใด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเกิดความสัมฤทธิ์ผลกับชาวบ้านมากที่สุด ท่านนายกเป็นผู้ที่ปรับอารมณ์ได้รวดเร็วบางครั้งอาจจริงจังจุดขึ้นไปบ้างแต่ไม่นานท่านก็ปรับอารมณ์ให้บรรยากาศทำงานดีขึ้นได้...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...จากการออกท่องเที่ยวกับนายกทำความเข้าใจกับประชาชนชาวบ้านเป็นเรื่องยาก บ้างง่ายบ้างต้องให้ชาวบ้านเขาเข้าใจในสิ่งที่กำลังสื่อสารและการเปิดรับฟังความคิดเห็นที่ตอบรับ ต้องอาศัยความอดทนมุ่งมั่น...” (มะลิ พุทธธนนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ชาวบ้านร้อยพ่อพันแม่ทั้งเหนียวทั้งหนักอาสาเป็นนายกแล้วต้องทนกับสิ่งเหล่านี้กว่าจะผลักดันโครงการให้สำเร็จไม่ใช่เรื่องง่าย...” (สมศักดิ์ เทพกุล, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2566)

“...ไม่ว่าจะปกครองท้องที่ ปกครองท้องถิ่น จะต้องตอบสนองและแก้ปัญหาของชาวบ้านให้ได้ ต้องใช้ความอดทนอดกลั้นให้มาก เพราะไม่ใช่ทำตามใจได้ทุกคน เราจะทำอะไร เขาต้องการอะไร ต้องสอดคล้องไปด้วยกัน...” (สมพงษ์ ก่งเซ่ง, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2566)

“...ผลงานที่เห็นกว่าจะเกิดขึ้นอย่างเช่น โครงการเงินออมวันละบาทไม่ใช่เรื่องง่าย ใช้เวลาต่อสู้ดิ้นรนทั้งด้านกฎหมายกว่าจะอนุมัติให้ทำได้ถ้าไม่ใช่ชาวบ้านที่เห็นด้วยผลประโยชน์ที่ชาวบ้านได้รับโครงการนี้จะไม่สำเร็จและมีชื่อเสียงระดับประเทศ...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ์, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

1.2.4 การใช้เทคโนโลยี

ผลการศึกษาการใช้เทคโนโลยี พบว่า 1) สามารถใช้เทคโนโลยีพื้นฐานในการบริหารองค์กร ได้แก่ คอมพิวเตอร์เพื่อรับส่งและค้นหาข้อมูล สมาร์ทโฟนในการสั่งการ ชี้แนะ และแนะนำโดยผ่านแอปพลิเคชัน ไลน์และ 2) สามารถใช้เทคโนโลยีติดต่อสื่อสารกับประชาชนผ่านเครือข่ายออนไลน์ประเภทต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และเฟซบุ๊กและยังคงมีการใช้โทรศัพท์พื้นฐานติดต่อทางเบอร์ของสำนักงานและส่วนตัวได้โดยมีเนื้อหาการติดต่อจากประชาชนเป็นเรื่องราวร้องทุกข์ความต้องการ และการแก้ไขปัญหาเร่งด่วน ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ใช้คอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐานในการประสานงานภายใน โทรศัพท์ส่วนตัวในระดับ สิ่งการจะมีกลุ่มไลน์ ระดับต่างๆ ของงาน กลุ่มเครือข่าย โทรศัพท์ส่วนตัวก็จะมีเบอร์ที่ประชาชน สามารถติดต่อโดยตรงได้หรือประสานผ่านประชาสัมพันธ์...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ทางเราพยายามใช้งานในกลุ่มไลน์เป็นหลักหรือการสั่งการในการประสาน เอกสารต่างๆ การหาข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ การติดต่อกับประชาชนบุคคลภายนอกจะมีกลุ่มไลน์ใน ระดับเครือข่ายต่างๆ กรณีเร่งด่วนก็มีส่วนตัวที่มีไว้ในเว็บไซต์ เบอร์สำนักงานหรือเฟซบุ๊กที่มีทุกกอง หน้าที่เป็นแอดมินติดต่อประสานเข้ามาได้...” (สินธพอินทร์, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ตอนนี้มีการใช้หลักๆ คือ ไลน์กลุ่มของเทศบาล ไลน์กลุ่มเครือข่าย คอมพิวเตอร์ ใช้ในการทำงานที่ประสานกองงานต่างๆ เข้าด้วยกันในการปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดความรวดเร็ว ประชาชนก็มี เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวติดต่อเข้ามาได้เลย ของสำนักงานก็มี ไลน์ส่วนตัวก็มี...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การติดต่อมีหลายระดับถ้าเป็นภายในจะใช้โทรศัพท์ภายใน ถ้าระดับเครือข่ายก็ใช้ ไลน์ระดับชาวบ้านประชาชนโทรมาโดยตรงเข้ามาได้เลย คอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ใช้คอมพิวเตอร์ค้นหาข้อมูล กลุ่มไลน์ผ่านมือถือในการสั่งการ หรือโทรห้ของ สำนักงานและส่วนตัว การติดต่อกับประชาชนมีใช้ไลน์โทรมาเข้าสำนักงานก็ติดต่อได้...” (ธนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

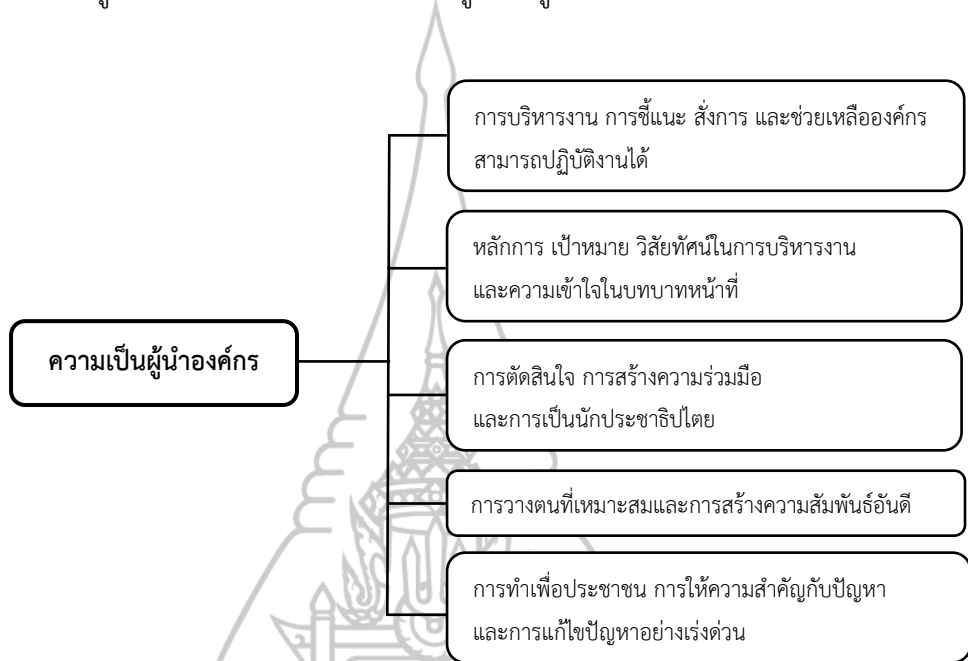
“...ใช้มือถือ ไลน์เป็นหลักทั้งสั่งงานและติดต่อโดยตรง เบอร์มือถือทุกคนหาได้ใน ระบบคอมพิวเตอร์เว็บไซต์ของสำนักงาน...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

สรุปด้านสมรรถนะทางการสื่อสารรายละเอียด คือ การพูด การฟัง การนำเสนอและการวิเคราะห์ประกอบด้วยการพูด การฟัง และการนำเสนอและการวิเคราะห์บุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่เหมาะสมประกอบด้วยลักษณะการแต่งกายและการแสดงออกทางกายภาพลักษณะผู้บริหารองค์กรที่พึงประสงค์ของประชาชนและในองค์กรประกอบด้วย การมีจุดมุ่งหมายในการทำงานความทนต่อแรงกดดันและการเปิดกว้างความคิดเห็น และการเป็นแบบอย่างให้กับบุคลากรและประชาชน การใช้เทคโนโลยีในการบริหารองค์กรประกอบด้วย ความสามารถใช้เทคโนโลยีพื้นฐานในการบริหารองค์กรและการใช้และมีความสามารถใช้เทคโนโลยีติดต่อสื่อสารกับประชาชน

1.3 ด้านความเป็นผู้นำองค์กร

ผลการศึกษาด้านความเป็นผู้นำองค์กรประกอบด้วย คือ (1) การบริหารงาน การชี้แนะสั่งการ และช่วยเหลือองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จ (2) หลักการ เป้าหมาย มีวิสัยทัศน์ในการ

บริหารงาน และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ (3) การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือและการเป็นนักประชาธิปไตยโดยการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหา (4) การวางตนที่เหมาะสม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีและ (5) การทำเพื่อประชาชน การให้ความสำคัญกับปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.3 ด้านความเป็นผู้นำองค์กร

1.3.1 การบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือองค์กรสามารถปฏิบัติงาน

ได้สำเร็จ

ผลการศึกษาการบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จ พบว่า 1) มีการปฏิบัติหน้าที่และการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างตามกฎหมายและกฎระเบียบของระบบราชการ มีการลำดับขั้นตอนการชี้แนะสั่งการให้เป็นไปตามของระบบราชการ สามารถตรวจสอบย้อนหลังในทุกขั้นตอนและเน้นความรวดเร็วถูกต้อง และ 2) มีแนวทางปฏิบัติเมื่อเกิดข้อขัดขัดในระบบการทำงานขั้นตอนในการแก้ปัญหาต่างๆ ตามความยากง่ายของหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบในการแก้ปัญหาจนถึงการเข้ามาร่วมแก้ปัญหาหรือแก้ปัญหาด้วยตนเอง ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เราเป็นตัวแทนชาวบ้านเข้ามาเป็นฝ่ายบริหารต้องทำงานร่วมกับข้าราชการประจำต่างคนต่างต้องมีหน้าที่รับผิดชอบให้เป็นตามระเบียบถูกต้องเป็นขั้นตอน...” (สัมภาษณ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ต้องคำนึงถึงระเบียบกฎหมาย เป็นไปตามระบบที่ได้วางไว้และให้ความสำคัญกับการต้องรับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน มีปัญหาที่ต้องแก้แก้ไม่ได้ต้องหาวิธีจะทำอย่างไรต่อไป...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...งานราชการนั้นเป็นระบบอยู่แล้ว เพียงแต่เราต้องสร้างระบบให้รวดเร็วในการส่งการขั้นตอนยังคงเดิมแต่ทำให้มันรวดเร็วยิ่งขึ้น งานจะชงหรือไม่ว่างขึ้นอยู่กับทุกคนอยู่ในองค์กรร่วมมือกันทำไม่เฉพาะฝ่ายบริหารหรือตัวนายเอง...” (สินธพ อินทร์ดี, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ให้นโยบายการบริหารที่ชัดเจนสู่การปฏิบัติได้ง่ายขึ้น ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง งานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามระเบียบราชการ...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...การทำงานร่วมกันกับฝ่ายบริหารยึดหลักระเบียบราชการเป็นแกนกลางวางแผนงานดำเนินงานต่างๆ นอกจากประสานตามลำดับขั้นตอนแล้ว ท่านนายกก็ให้ความสำคัญกับการประชุมงานในการผลักดันเรื่องราวต่างๆ ทั้งสร้างความเข้าใจทั้งฝ่ายบริหารและข้าราชการไปในทิศทางเดียวกัน...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ฝ่ายกองงานต่างๆ ได้รับนโยบายการทำงานและทุกคนมีหน้าที่ในฝ่ายนั้นๆ และมีฝ่ายบริหาร ท่านนายกก็ดูแลให้การชี้แนะทั้งการแก้ปัญหาต่างๆ ของประชาชนที่ต้องร่วมกันแก้ไข จัดประชุมในประเด็นเร่งด่วน...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

1.3.2 หลักการ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ในการบริหารงาน และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่

ผลการศึกษาหลักการ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ในการบริหารงาน และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ พบว่า 1) มีหลักการแนวทางการปฏิบัติงานตามระเบียบกฎหมายให้ไว้ซึ่งอำนาจหน้าที่เน้นความโปร่งใสตรวจสอบได้และยึดหลักความคุ้มค่าต่อประโยชน์ส่วนรวม 2) มีเป้าหมายและความคาดหวังที่มุ่งการตอบสนองความต้องการของประชาชนในรูปแบบนโยบายสาธารณะ การทำงานมุ่งสร้างความร่วมมือขององค์กรทั้งภาครัฐ เอกชนในการประสานประโยชน์ในการขับเคลื่อนท้องถิ่นในทุกมิติ และความคาดหวังในการวางแผนนโยบายท้องถิ่นระยะยาวเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนท้องถิ่น และ 3) ความสามารถทักษะความรู้เกี่ยวกับข้อกฎหมายระเบียบราชการท้องถิ่น ทักษะในการวางแผนการจัดการองค์กร การควบคุมสั่งการการทำงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การควบคุมสติอารมณ์ของตนให้ปกติทนต่อแรงกดดันและปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ทำให้ชาวบ้านเห็นสิ่งที่ทำและทำด้วยความโปร่งใส แล้วชาวบ้านหน่วยงานต่างๆ จะมาช่วยเราเอง เทศบาลเมืองทุ่งสงมีวิสัยทัศน์ว่า ทุ่งสงทุ่งสวรรค์ คือ การร่วมมือกับชาวบ้านในการพัฒนาเมืองทุ่งสงสู่ความผาสุกอันยั่งยืนด้วยกัน...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...รักษาผลประโยชน์ความคุ้มค่าและความต้องการของประชาชน ผมเองพยายามที่จะสร้างนโยบายให้เป็นรากฐานในอนาคตให้เป็นประโยชน์กับประชาชน...” (ชนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ต้องยึดหลักความต้องการของชาวบ้านกับอำนาจของ อบจ. เข้าไปบริหารจัดการส่งเสริมได้ส่วนไหนหรือต้องประสานกับส่วนไหนในการทำให้มันเกิดขึ้น...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายก อบจ. บอกกำชับว่าต้องให้ชาวบ้านช่วยกันดูแลผลประโยชน์ของชาวบ้าน ชาวบ้านไม่เห็นด้วยสร้างไปก็ไร้ประโยชน์นายก อบจ. ว่าอย่างนั้น ดูอย่างโครงการออมวันละบาททฤษฎีชาวกิ่งกือท่านคิดเอง...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ์, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...มองการณ์ไกลสมัยก่อนสตูลแทบจะเป็นเมืองที่เจ็บบ่อยๆ เดี่ยวนี้ช่วยขยายโครงสร้างพื้นฐานมารองรับการขยายตัวของความเป็นเมืองมากขึ้น ทั้งประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ ท่านก็ไม่ทิ้งส่งเสริมดูแล...” (สุไศล โพธิ์ดก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...มีหลักทำงานการบริหารจัดการมีส่วนร่วมภายในองค์กรที่มุ่งไปสู่การมีส่วนร่วมร่วมกับประชาชนองค์กรหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาตำบลท่าข้ามให้น่าอยู่ ตัวลุงขามีความสามารถไม่ใช่แค่ด้านการบริหารงาน ยังมีความถนัดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม สังเกตได้ว่าตัวสำนักงานกลมกลืนกับธรรมชาติและความเป็นชุมชนเก่า การพัฒนาอาชีพชาวบ้านชุมชนต่างๆ ลุงขาลงไปดูแลในพื้นที่บ่อยมาก...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

1.3.3 การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือ และการเป็นนักประชาธิปไตย

ผลการศึกษาการตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือ และการเป็นนักประชาธิปไตย พบว่า 1) การตัดสินใจในการเลือกปฏิบัติเพื่อให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุดโดยให้ความสำคัญกับขอบเขตอำนาจหน้าที่รับผิดชอบขององค์กร การหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อเป็นทางเลือกประกอบการตัดสินใจ และการคำนึงถึงข้อดีข้อเสียและประโยชน์ที่จะได้รับ 2) การสร้างความร่วมมือมี 3 ระดับ ได้แก่ ระดับภายในองค์กร ระดับเครือข่ายองค์กร และระดับเอกชนและประชาชน และ 3) การมีส่วนร่วมตามระบอบประชาธิปไตยด้วยการเปิดโอกาสให้ประชาชน เจ้าหน้าที่ พนักงาน แสดงความคิดเห็นร่วมคิดและร่วมกำหนดแนวทางต่างๆ ผ่านเวทีการประชุมองค์กร เวทีเสวนาในระดับต่างๆ และผ่านกิจกรรมขององค์กรที่ได้กำหนดออกแบบในการแสดงความคิดเห็นของประชาชน มีการเปิดให้แสดงความ

คิดเห็นร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่องค์กรและระบบเครือข่ายออนไลน์ขององค์กร ตั้งผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ผู้นำที่มีค่านิยมในการทำงาน แนวคิดพฤติกรรมและเคารพในสิทธิส่วนบุคคลทำให้การทำงานสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น เปิดโอกาสเสนอความคิดเห็นในการทำงาน ปรับปรุงพัฒนางาน...” (นายยาชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...การสร้างความร่วมมือประกอบการตัดสินใจในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นส่วนขององค์กร เอกชนและประชาชน หรือแม้แต่เครือข่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะเป็น ผู้ใหญ่ กำนัน กลุ่มแม่บ้านที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบายที่จะเกิดขึ้น ร่วมแสดงความคิดเห็น...” (จินตนา กาญจนรัตน์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...มีลำดับกระบวนการขั้นตอนของการสร้างความร่วมมือในการทำงานของฝ่ายบริหารต้องดูว่าอยู่ในระดับไหน ถ้าระดับภายในจะมีการประชุมวาระต่างๆ หรือประชุมกรณีๆ ไประดับเอกชนและประชาชนก็มีวาระการประชุมโดยฝ่ายกิจการต่างๆ ที่ ต้องมาแสดงความคิดเห็นสร้างการมีส่วนร่วมกับ อบจ....” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในการทำงาน การเสนอแผนงาน การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นในการพัฒนางานให้ดีขึ้น...” (สุภัทสรุ สวรรณา, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...นำเรื่องราวความต้องการของชาวบ้านมาประชุมร่วมกันประจำทุกเดือนในการหาแนวทางแก้ไขร่วมกับเทศบาลตำบลโคกหล่อว่ามีแนวทางไหนบ้าง...” (วิทยา ชัยรักษ์, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ประชุมปรึกษาหารือทั้งในระบบส่วนตัวแล้วแต่โอกาสส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายของพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบเดี๋ยวนี้สะดวกหากเป็นเรื่องความเดือดร้อนส่วนตัวร้องเรียนที่สำนักงานโทรไปหรือผ่านกลุ่มไลน์...” (สมศักดิ์ เทพกุล, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2566)

1.3.4 การวางตนที่เหมาะสม และการสร้างความสัมพันธ์อันดี

ผลการศึกษาการวางตนที่เหมาะสม และการสร้างความสัมพันธ์อันดี พบว่า

- 1) การปฏิบัติตัวที่สามารถมองเห็นได้จากภายนอก ได้แก่ 1) การแต่งกายตามระเบียบราชการและหน่วยงานกำหนดไว้เมื่อปฏิบัติหน้าที่ การแต่งกายตามช่วงประเพณีที่ต้องแต่งกายเป็นพิเศษและเหมาะสมกับกิจกรรมรวมถึงบริบทวัฒนธรรมของพื้นที่ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และการแต่งกายในการลงพื้นที่หรือการใช้ชีวิตประจำวันมีลักษณะเช่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ สวมใส่กางเกงขาวาวเสืยยืดบางครั้งคาดเอวด้วยผ้าขาวม้า 2) การสร้างสัมพันธ์อันดีในการปฏิบัติตัวต่อคนรอบข้าง ในสถานที่ทำงานด้วยการแสดงออกถึงความเป็นกันเอง ความเป็นพี่น้องร่วมงาน การแสดงออกถึง

ความจริงใจ การแสดงออกถึงความมีน้ำใจ และ 3) การสร้างสัมพันธ์อันดีกับประชาชนในพื้นที่ด้วยการทำตนเป็นบุคคลสาธารณะที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย การเข้าไปทักทายปราศรัยอย่างเป็นทางการเป็นการแสดงถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน และการใช้จุดเด่นของตนสร้างความประทับใจ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เป็นผู้ใหญ่ที่มีความเป็นกันเอง ไม่ถือตัว มีความอ่อนน้อมถ่อมตนให้เกียรติหน่วยงานและประชาชนที่เข้ามา ลักษณะการแต่งตัวในที่ทำงานนอกจากตามระเบียบชุดราชการแล้ว ก็ทำตามกิจกรรมต่างๆ ที่ต้องเข้าไปร่วมกับหน่วยงานและประชาชน การแต่งตัวให้เข้ากับกิจกรรมนั้นๆ เสมอ...” (พิพัฒน์ มากำเหน็ด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...นอกจากการปฏิบัติการแต่งกายที่ท่านให้แนวทางการปฏิบัติการทั้งหน่วยงานแล้ว ท่านก็เป็นแบบอย่างในการแต่งกายแก่ข้าราชการ พนักงานขององค์กร ท่านนายกเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ ความอ่อนน้อม พุดจาประทับใจสร้างความเป็นกันเองมีอะไรแบ่งปันลูกน้องเสมอ...” (มะลิ พุทธธนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ลุงซาถือได้ว่าเป็นแบบอย่างการแต่งตัวและการแต่งกายต่างๆ มีระเบียบเรียบร้อย และเรียบง่ายของทุกคนในที่ทำงานได้เลย กิริยาท่าทางท่านเป็นคนสุภาพ เข้าถึงได้ง่าย จริงใจกับผู้ร่วมงาน ท่านมักถามไถ่สารทุกข์สุกดิบด้วยความเป็นห่วงเสมอทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ความเป็นกันเอง เป็นคนมีน้ำใจ พุดจาไพเราะถ่อมตนแต่น้ำเสียงชัดเจน ทำตัวแบบชาวบ้านๆ แต่งตัวสบายๆ กางเกงยีนส์ เสื้อยืด ผ้าขาวม้าคาดเอวบ้างพาดบ่าบ้าง คลุกคลีกับชาวบ้านไม่ว่างานไหนท่านต้องมา...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ประชุมเจอท่านแต่งตัวดูเป็นผู้หลักผู้ใหญ่หน้าเคารพ การพุดจาอ่อนน้อม ทักทายปราศรัยยิ้มแย้ม จริงจังเป็นงานเป็นการ แต่เวลาพบเจอในงานกับชาวบ้านท่านก็แต่งตัวเหมือนชาวบ้านทั่วไปดูกลมกลืนกับชาวบ้าน ท่านพุดจาจริงจิงน่าเชื่อถือปัญหาที่มีก็ทำให้ชาวบ้านเบาใจขึ้น แต่เวลาสนุกสนานมักมีมุขตลกให้ชาวบ้านหัวเราะเสมอ...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

“...นายกล้อมฤทธิ์ท่านเป็นคนมีระเบียบเรียบร้อยใครเห็นก็ชื่นชม แต่งตัวโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของท่าน ท่านไม่ถือตัว ง่ายๆ เข้าถึงได้หมด อยู่บ้านใครมีธุระอะไรก็ต้อนรับเสมอ นอกเวลาทำงานท่านทำตัวสบายๆ สวมเสื้อยืดเสื้อยืดเหมือนกับชาวบ้านไปไหนมาไหนไม่มีผู้ติดตาม...” (ชัยพร เสงข์ชวน, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

1.3.5 การทำเพื่อประโยชน์ให้กับประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหา และการริบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ

ผลการศึกษากำหนดทำเพื่อประโยชน์ให้กับประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาและการริบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ พบว่า 1) การลงพื้นที่ดูแลตรวจสอบการดำเนินการต่างๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ 2) การสอบถามและรับฟังความคิดเห็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ด้วยช่องทางการสื่อสารต่างๆ 3) การช่วยเหลือและพัฒนาสังคมโดยผ่านการจัดกิจกรรมและการเข้าร่วมกิจกรรมในบริบทสังคมอย่างต่อเนื่อง เน้นการสร้างความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนและสังคมในพื้นที่ 4) การร่วมออกแบบพัฒนาร่างนโยบายและกิจกรรมต่างๆ และ 5) การให้ความสำคัญกับปัญหาต่างๆ โดยการลำดับความเร่งด่วนในการแก้ปัญหาการสนับสนุนช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ และการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาให้กับประชาชน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...นโยบายต่างๆ ของอบจ. ต้องทำทั้งจังหวัดมองเห็นเป็นภาพกว้างต้องให้ความสำคัญกับการรับฟังความต้องการ ความเดือดร้อนผ่าน สจ. ที่เป็นตัวแทนของพื้นที่และเป็นกระบอกเสียงในการทำงานร่วมกับประชาชนในพื้นที่กลับมาช่วยฝ่ายบริหาร...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...โครงการต่างๆ หรือกิจกรรมมีความเชื่อมโยงกับประชาชนและสอดคล้องกับแผนพัฒนาของจังหวัด ผมเองเปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็นการประสานงานให้หน่วยงาน เช่น มหาลัยเข้ามาช่วยเหลือในส่วนที่ อบต. เราไม่มีความชำนาญ การทำกิจกรรมส่งเสริมอาชีพหรืออื่นๆ ที่ชาวบ้านมีความสนใจ...” (สินธพ อินทรรัตน์, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การได้ไปลงพื้นที่รับฟังจากปากชาวบ้านในพื้นที่กลายเป็นการบ้านที่เราต้องไปหาคำตอบในการแก้ปัญหาสนับสนุนช่วยเหลือหรือส่งเสริมอย่างไร...” (สิมฤทธิ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...หน้าที่ประธานชุมชนก็ต้องรับฟังคนในชุมชน เข้าร่วมประชุมเสนอความคิดเห็นในการทำกิจกรรมที่คนในชุมชนต้องการอะไร ที่เป็นส่วนรวมก็เสนอแนะกันไป อย่างเช่น งานขมมจิ้นหม้อยักษ์ที่งดเว้นมาหลายปีตั้งแต่โควิดระบาด ปีนี้จะจัดหรือไม่ชาวบ้านถามถึงกันหลายคน...” (เสาวภา อินทรสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

“...นายกлинลงพื้นที่ดูแลงานโครงการต่างๆ ด้วยตัวเอง มีงานมีการอะไรในหมู่บ้านชุมชนนายกлинมาตลอด...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...มีการประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้นำท้องถิ่นประจำเดือนและกิจกรรมของงานต่างๆ เปิดกว้างให้เสนอรับฟังความคิดเห็นหรือแม้แต่การเดินทางเข้ามาโดยตรงที่สำนักงานก็จะมีเจ้าหน้าที่รับเรื่องไว้...” (มะลิ พุทธธนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...มีการประชุมสร้างการมีส่วนร่วมโดยมีตัวแทนของหมู่บ้าน ชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องในการจัดทำกิจกรรม การเสนอความคิดเห็นการร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ นอกเหนือจากนี้ก็มี การแจ้งเข้ามาที่สำนักงานได้เลย...” (นันทมรงค์ ยถถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกสภมณฑลท่านลงพื้นที่บ่อย ท่านมาจนถึงถึงบ้านถามหมดขาดเหลืออะไรจะให้ช่วยอะไรชุมชน ชุมชนมีกิจกรรมท่านลงมาเอง กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของจังหวัดสตูลมีทั้งปี ตรงกับความต้องการของชาวบ้านที่กำลังเปิดเมืองท่องเที่ยว ชาวบ้านได้ทำมาค้าขายลืมตาอ้าปากได้...” (สุไพล โปธิ์ดก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

สรุปด้านความเป็นผู้นำองค์กรรายละเอียด คือ การบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จประกอบด้วย การปฏิบัติหน้าที่และการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างและมีลำดับขั้นตอน และการปฏิบัติเมื่อเกิดข้อขัดขัดในระบบการทำงานและขั้นตอนในการแก้ปัญหาหลักการ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ในการบริหารงานและความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ประกอบด้วย การมีหลักการแนวทางการปฏิบัติงานตามระเบียบกฎหมายเป้าหมายและความคาดหวังที่มุ่งการตอบสนองความต้องการของประชาชนและความสามารถทักษะความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือ และการเป็นนักประชาธิปไตยประกอบด้วย การเลือกปฏิบัติเพื่อให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุดการสร้างความร่วมมือในทุกระดับ และการส่งเสริมและการมีส่วนร่วมตามระบอบประชาธิปไตย

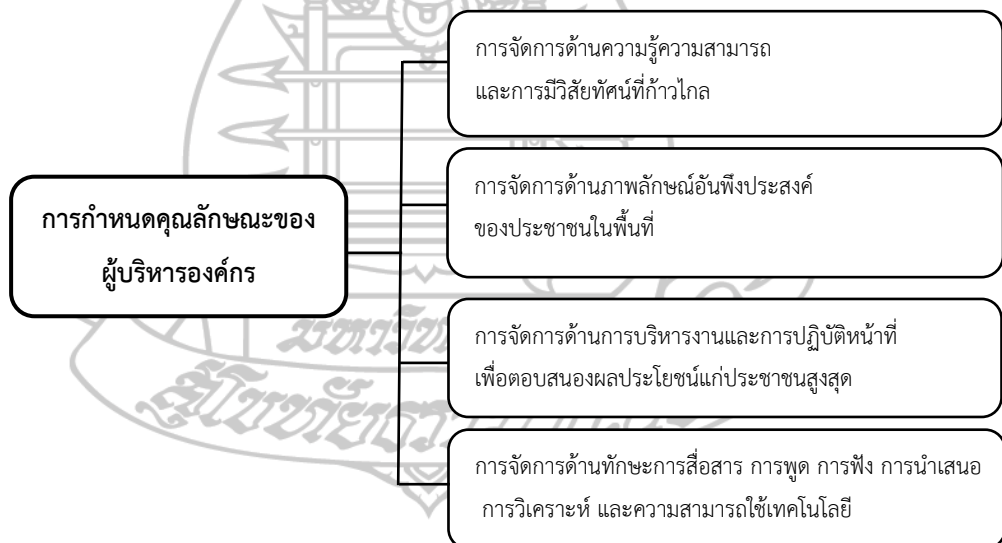


ส่วนที่ 2 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

จากผลวิเคราะห์การศึกษาใน ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และ 3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร โดยได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

2.1 ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร

ผลการศึกษาด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย คือ (1) การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล (2) การจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ (3) การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด และ (4) การจัดการด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอ การวิเคราะห์ และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.4 ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร

2.1.1 การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล

ผลการศึกษาด้านการจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล พบว่า 1) วิธีการเพิ่มพูนทักษะ การสร้างประสบการณ์ วิสัยทัศน์และความสามารถด้วยการเรียนรู้จากการเข้าสัมมนาและอบรมต่างๆ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหน่วยงานองค์กรต่างๆ 2) การเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่นผ่านประสบการณ์ทำงานโดยตรง 3) การค้นคว้าความรู้จากตำราหนังสือที่มีความเกี่ยวข้องกับการทำงาน และ 4) การศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมในระบบการศึกษาที่สูงขึ้นเพื่อนำความรู้มาใช้กับองค์กรด้านนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นระยะยาวและการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ความคิดเห็นต่างๆ ในทุกวงประชุมทั้งหน่วยงานรัฐ องค์กรเอกชน จากการศึกษาเพิ่มเติม ปรึกษาจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในโครงการต่างๆ ให้ออกมาเป็นรูปธรรม ...” (สัมฤทธิ์ เสียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...มหาวิทยาลัยเป็นส่วนช่วยในโครงการของ อบต.ท่าข้าม ทางเรามีนโยบายในการทำข้อตกลงความร่วมมือ MOU ร่วมกันศึกษาโครงการต่างๆ ในความเป็นไปได้ ด้านนายกเองก็ต้องหาความรู้จากที่อื่นๆ เพิ่มเติม ตอนนั้นก็เรียนในสาขาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาพัฒนานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว...” (สินธพ อินทรรัตน์, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นโยบายต่างๆ ไม่ได้เกิดขึ้นจากนายกคนเดียว การมีส่วนร่วมในเวทีการประชุมต่างๆ จะสร้างเสริมการทำงานให้สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ จะต้องปรึกษาผู้รู้ผู้ชำนาญทั้งภายนอกและภายในองค์กรที่มีอยู่ การหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องนั้นให้กระจ่าง ผลักดันเปิดโอกาสให้คนในองค์กรเสนอความคิดเห็นเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถและวิสัยทัศน์ ท่านให้ความสำคัญกับการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทั้งภายในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันทุกอย่างมีความเกี่ยวข้องกับการผลักดันนโยบายการทำงานให้รวดเร็วถูกต้องและง่ายขึ้น ส่งผลดีต่อองค์กรและประโยชน์ของประชาชน...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...เวทีประชุมทุกเวทีท่านนายกจะนำเอามาเล่าในการประชุมขององค์กร แสดงให้เห็นว่าท่านมีความรู้ความสามารถ และแลกเปลี่ยนถ่ายทอดให้ทุกคนในองค์กรเพื่อพัฒนาในด้านต่างๆ ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรควบคู่กับการพัฒนานโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและการวางแผนงานต่ออนาคตนโยบายในระยะยาว ...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ท่านนายกเป็นผู้มีประสบการณ์ สนใจการเรียนรู้ใหม่ๆ มีสมัครพรรคพวกช่วยเหลือเป็นที่ปรึกษาต่างๆ ด้วยประสบการณ์ต่างๆ ที่สะสมทำให้วิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองสตูลในระยะไม่กี่ปีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว...” (ชัยพร เฮงชวน, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...การจัดการความรู้เริ่มต้นจากการจัดการความรู้ภายในองค์กรเราก่อน พัฒนาการให้ตรงกับงาน การส่งเสริมให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการทำงาน ตอบโจทย์การบริหารภาครัฐที่มีความเปลี่ยนแปลงด้านบริการ...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

2.1.2 การจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่

ผลการศึกษาการจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่พบว่า 1) การสร้างภาพลักษณ์ผู้นำ ได้แก่ (1) การแต่งกายที่เหมาะสมกับหน้าที่การทำงานถูกกาลเทศะ และเมื่อลงพื้นที่จะแต่งกายที่ทำให้ประชาชนรู้สึกเข้าถึงใกล้ชิดได้ง่าย (2) การแสดงถึงผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความอ่อนน้อมถ่อมตนด้วยกาย วาจา และน้ำใสใจจริง (3) การแสดงถึงบุคคลสาธารณะเข้าถึงและฟังพาได้ และ (4) การแสดงถึงความเชื่อมั่นกล้าคิดกล้าตัดสินใจเพื่อสร้างความไว้วางใจสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในพื้นที่ 2) ทักษะการสื่อสาร ได้แก่ (1) การพูดในที่สาธารณะด้วยความชำนาญ (2) การปรับเปลี่ยนภาษาที่ใช้อย่างเหมาะสมและการสังเกตพฤติกรรมของผู้ฟัง (3) การพูดที่โน้มน้าวสร้างความเข้าใจเพื่อนำไปสู่ความเชื่อมั่นของประชาชนในพื้นที่ และ (4) การรับฟังและการนำเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วยทัศนคติเชิงบวกกับประชาชน และ 3) การพัฒนาภาพลักษณ์ด้วยตนเอง ได้แก่ (1) ด้านบุคลิกภาพการแต่งกายตามยุคตามสมัยนิยมและแต่งกายตามภารกิจกิจกรรมที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ (2) ด้านทักษะการสื่อสารมีการใช้คำศัพท์ภาษาพูดที่เปลี่ยนไปตามกระแสนิยมของสังคม (3) การสร้างความเข้าใจด้วยภาษาพื้นถิ่นของคนในพื้นที่ และ (4) การเพิ่มศักยภาพการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่สามารถติดต่อได้ง่าย ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การสร้าง ความใกล้ชิดกับประชาชนให้กลมกลืนไปกับเขา แต่งตัวง่าย ๆ ชาวบ้านเขาแต่งอย่างไรเราก็แต่งตัวอย่างนั้น ถามสารทุกข์สุกดิบเหมือนเพื่อนบ้าน พี่น้อง ลูกหลาน ไม่ให้เขารู้สึกว่าเราเป็นคนอื่นที่ไม่ใช่พรรคพวกญาติพี่น้องของเขา...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การไว้วางใจกับการบริหารงานที่ตอบสนองให้ประชาชน ให้ความสำคัญกับคำพูดติโทษให้แตกต่างชาวบ้านเขาต้องการอะไร เราต้องกล้าเสนอทำสิ่งใหม่ๆ ที่ชาวบ้านต้องการ...” (วิสุทธิ์ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกชาเป็นคนที่ยิ้มง่าย ลงพื้นที่อยู่กับชาวบ้านที่เรียกว่า “นายกชา” เพราะชาวบ้านให้ความเคารพ นับถือ เชื่อใจ ท่านเป็นผู้นำกล้าพูดกล้าทำ รับฟังชาวบ้าน ในส่วนของความ

ทันสมัยนายกซาก็ถือว่าทันสมัยทั้งการแต่งตัวตามเทรนด์งานเทศกาล งานกิจกรรมท่านแต่งตัวแบบตรงตามเทรนด์เสมอเวลาพบเจอ เช่น ช่วงงานวิ่งก็แต่งชุดงานกีฬา งานสงกรานต์แต่งตัวชุดลายดอกมาลงพื้นที่...” (สมศักดิ์ เทพกุล, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2566)

“...เข้ากับคนง่าย พูดจาตรงไปตรงมามีเหตุมีผลชาวบ้านเขาก็เชื่อถือ พูดจาภาษาบ้านเรารับฟังคุณสนุก บางทีภาษาพูดแปลกๆ นายกลินก็เอามาพูดดูแล้วทันสมัย ท่านทำตัวเหมือนคนรุ่นใหม่ใช้มือถือคุยผ่านไลน์ ไลน์ตบึกเปิดข้อมูลให้ดูเวลาชี้แจงงานทำให้รู้สึกก้าวหน้าและเป็นผู้นำ...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ท่านเป็นคนดีดินแต่ตัวสบายๆ เวลาลงพื้นที่ชาวบ้านให้ความสนิทคุ้นเคย พูดจาสนุกอ่อนน้อมมีมุขตลกเล็กน้อย แต่ท่านก็จริงจังน่าเชื่อถือเป็นที่พึ่งพาของชาวปากแพรกเรามีปัญหาอะไรติดต่อโทรส่วนตัวไลน์ส่วนตัวสามารถติดต่อได้ตลอด...” (เสาวภา อินทสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

“...ความเป็นกันเอง การเข้าหาชาวบ้านชนิดถึงบ้านถึงเรือนกันเลยทีเดียว เป็นที่พึ่งพาของชาวบ้าน ชาวบ้านกับนายกสนิทสนม ไม่ใช่แต่ชาวบ้านแต่กับผู้นำท้องถิ่นก็ถือได้ว่าช่วยกันคิดช่วยกันทำ ท่านมีความเป็นที่เป็นน้อม มีความจริงใจ มีงานมีการอะไรท่านมาร่วมเสมอ...” (วิทยา ชัยรักษ์, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

2.1.3 การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด

ผลการศึกษาด้านการจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด พบว่า 1) การกำหนดเป้าหมายและแผนดำเนินงานเกี่ยวกับนโยบาย โดยการวิเคราะห์ปัญหาความต้องการและความเดือดร้อนที่อาศัยข้อมูลจากหลายมิติมาประกอบเข้าด้วยกัน เช่น การประชุม การร้องเรียน การสำรวจและข้อมูลพื้นฐานในด้านต่างๆ ในการกำหนดแผนนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ 2) การจัดการองค์กรออกเป็นกองงานและสำนักงานต่างๆ โดยมีบุคลากรฝ่ายต่างๆ มีหน้าที่รับผิดชอบแต่ละกองงานและให้แต่ละสำนักงานมีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานกิจกรรมขององค์กรและการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานต่างๆ และประชาชนในพื้นที่ และ 3) การจัดบุคลากรในการให้บริการ การรับเรื่องร้องเรียน การแก้ปัญหา การติดตามการแก้ปัญหา การให้ความช่วยเหลือให้กับประชาชนในพื้นที่โดยให้ความสำคัญกับอำนาจหน้าที่และกลไกต่างๆ จะดำเนินการเรื่องไหนไม่สามารถดำเนินการได้ก็จะประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...มองให้ออกก่อนว่าประชาชนต้องการอะไรก่อนกำหนดแผนหรือแผนพัฒนามันเป็นเช่นไร เอาเข้ามาประชุม สำรวจ วิเคราะห์ แยกออกเป็นส่วนๆ เรามีแผนพัฒนาประจำปีอยู่แล้ว

จึงต้องไปมองถึงความเดือดร้อนเร่งด่วนอันนี้ต้องให้ความสำคัญ จึงได้ออกแบบองค์กรเป็นกองงานต่างๆ อย่างชัดเจนมีบุคลากรรับผิดชอบเป็นส่วนๆ ไป...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...งานที่ต้องรับผิดชอบมีความกว้างและครอบคลุมทั้งองค์กรที่มีต่อนโยบายต่างๆ การจัดองค์กรจึงต้องแยกเป็นฝ่ายเป็นกองงานเพื่อการปฏิบัติงานได้คล่องตัวและสะดวก มีกลไกในระบบบริหารงานภายในและการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง...” (พิไลพร หรุดคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ถึงแม้กองงานต่างๆ จะแยกงานเป็นฝ่ายๆ มีบุคลากรรับผิดชอบ หากความเป็นจริงๆ นั้นเจ้าหน้าที่ของ อบต.ท่าข้ามก็ยังไม่เพียงพอจึงต้องช่วยกันทำงานโดยการสร้างจัดการองค์กรหรือวางแผนงานในภารกิจที่ต้องมีหน้าที่บริการประชาชนขึ้นมาเพิ่ม เช่น งานประชาสัมพันธ์เดิมมีเจ้าหน้าที่เพียง 2 คน แต่ต้องจัดหาจากหน่วยอื่นมาช่วยเสริมเพิ่มอีก 2 คนเพื่อรองรับงานและกิจการขององค์กร...” (นันทฉัตรรงค์ ยกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การทำงานมีทั้งเจ้าหน้าที่ข้าราชการประจำและผู้บริหารองค์กรที่จะวางแผนการทำงานร่วมกันอยู่แล้ว ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารที่เชื่อมโยงกัน ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ประชุมวางแผนงานวิเคราะห์ปัญหาตลอดจนการปฏิบัติงานและการประเมินผล...” (วรัญญา เทพบุรี, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การกำหนดนโยบายที่ครอบคลุมตอบสนองความต้องการของประชาชนทุกช่วงวัย โดยผู้บริหารเล็งเห็นความสำคัญการจัดองค์กรที่ตอบสนองการทำงานที่คล่องตัว รวดเร็วและการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งระดับเจ้าหน้าที่ในการประสานงานในทุกมิติ ทั้งเรื่องร้องเรียน การแก้ปัญหา และการช่วยเหลือประชาชน...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...ด้านความเด่นชัดที่หมายถึงการทำงานเพื่อตอบสนองประชาชนก็ต้องบอกกว้างงานทั้งหมดตั้งแต่แผนงานนโยบายครอบคลุมความต้องการของประชาชนในพื้นที่ทั้งหมด แต่จะมีความเดือดร้อนอื่นเข้ามาเสมอ และจะที่ต้องให้ความสำคัญ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้งหรืออื่นๆ เล็กๆ น้อยๆ ที่ต้องประสานแก้ไขเร่งด่วน ซึ่งเทศบาลโคกหล่อเองก็มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบตามบทบาทและการประสานงานช่วยเหลือและการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงมาแก้ไขตรงนี้ด้วย...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

2.1.4 การจัดการด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอ การวิเคราะห์ และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่

ผลการศึกษาด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอ การวิเคราะห์ และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ พบว่า 1) การเตรียมตัวในการพูด การฟัง การนำเสนอและการวิเคราะห์โดยผู้บริหารองค์กรมีความเข้าใจกับเรื่องที่จะพูดและการนำเสนอก่อนเสมอ 2) การฟังผู้อื่นอย่างตั้งใจเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการสื่อสารสนทนาโต้ตอบและการแสดงความคิดเห็นหรือการนำไปสู่ข้อเสนอแลกเปลี่ยนต่างๆ 3) การใช้ภาษาที่เหมาะสม การปรับน้ำเสียงและการคำนึงพื้นฐานของผู้ที่จะสื่อสารให้เข้าใจง่ายไม่ใช้ภาษาที่ซับซ้อนทั้งยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้เห็นเพื่อสร้างความเข้าใจที่มากยิ่งขึ้น และ 4) การวางแผนกำหนดเทคโนโลยีในการสื่อสารในการบริหารงานและประสานงานกับกองงานและสำนักต่างๆ ได้แก่ (1) การติดต่อประสานงานด้วยกลุ่มไลน์องค์กรในระดับผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย และการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อประสานงานกับตัวแทนหรือผู้นำชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มไลน์งานต่างๆ ของชุมชน และ (2) การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารในเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ ของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ เว็บไซต์ (website), เพจเฟซบุ๊ก (face book page) เฟซบุ๊ก (face book), อินสตาแกรม (Instagram), ยูทูป (YouTube), ตี๊กต็อก (tiktok) และไลน์โอเอ (line OA) ตั้งผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ก่อนที่จะพูดจะนำเสนอตัวเราเองต้องเข้าใจเรื่องนั้นก่อน พูดแล้วเขาตอบกลับว่าอย่างไร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันแล้วสรุปได้ว่าอย่างไร อันที่สำคัญนั้นหมายถึงความชัดเจนในสิ่งที่กำลังพูดว่าเข้าใจตรงกันอย่างไร...” (ลัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ถ้าเป็นทางการก็ต้องทำการบ้านเตรียมตัวในเรื่องที่จะพูดจะนำเสนอ ถ้าเป็นการลงพื้นที่หรือแบบเผชิญหน้ากันเลยไม่ได้เตรียมตัวก็ต้องเข้าใจคำถามว่าเขาเข้าใจว่าอย่างไร ต้องการอะไรก่อน การพูดในแต่ละเวทีก็มีความแตกต่างกัน ลงซาเองก็ต้องปรับตามบริบททั้งภาษาสำเนียง น้ำเสียง ไปตามหน้าที่มองภาพใหญ่แล้วสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน...” (สินธพ อินทรรัตน์, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การบริหารงานสื่อสารที่ต้องใช้เทคโนโลยี แบ่งออกเป็นระดับต่างๆ ออกไปซึ่งโดยปกติใช้ไลน์กลุ่มกับระดับหัวหน้าฝ่าย กลุ่มไลน์กองงานต่างๆ อาจจะมีปลีกย่อยตามภารกิจเฉพาะเกิดขึ้น รวมถึงกลุ่มไลน์ของประธานชุมชนต่างๆ ในส่วนของประชาชนทั่วไปก็มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารทั้งเว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูป ตี๊กต็อก ซึ่งล่าสุดก็มีไลน์โอเอมาใช้ในการประสานร้องเรียนรับเรื่องร้องทุกข์ต่างๆ ของประชาชนในพื้นที่...” (พิพัฒน์ มากกำเหนิด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การพูดการนำเสนอของท่านายกมีความแม่นยำและชัดเจนทั้งเนื้อหาและประเด็น ท่านนายกมักย้ำถึงความเข้าใจในประเด็นที่มีความสำคัญให้เข้าใจตรงกันในที่ประชุมเสมอ การนัดหมายการประชุมหรือการขอให้เข้าร่วมกิจกรรมมีทั้งเอกสาร การแจ้งประชาสัมพันธ์ส่งผ่านไลน์กลุ่ม ไลน์กลุ่มเป็นช่องทางที่ประสานงานกันสะดวกและได้ผลดีกว่าการแจ้งประสานงานในช่องทางอื่น...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ์, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ฟังเข้าใจง่ายถือว่าเป็นนักพูดเลยทีเดียว ปกติถ้าเป็นสื่อสารออนไลน์ก็ใช้ไลน์กลุ่มติดต่อประสานงานเกือบทุกหน่วยงานทำกันแบบนี้ ชาวสารก็สามารถติดตามได้ตามเว็บไซต์ เพจต่างๆ มีให้เลือกติดตามได้หลายช่องทาง...” (สุไพล โปธีก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

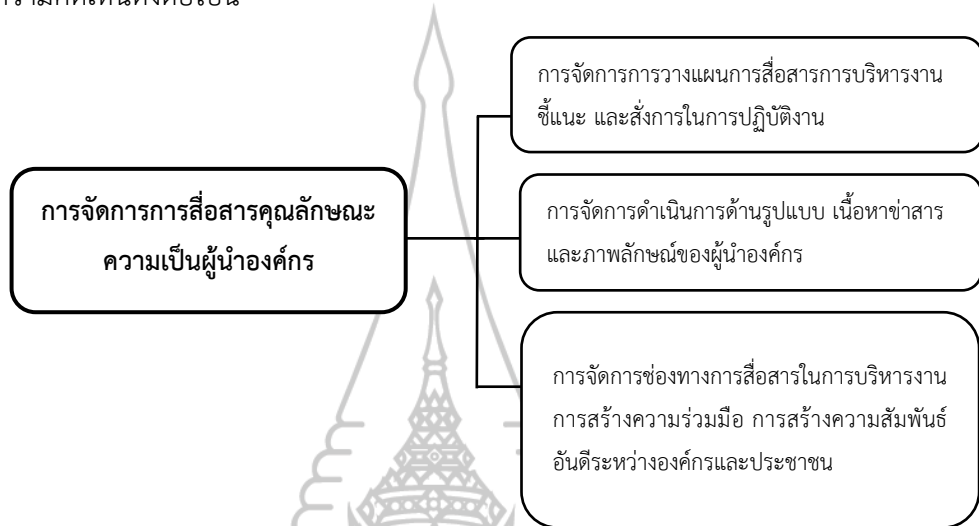
“...การเข้าประชุมก็ต้องเข้าใจเรื่องที่ประชุมก่อนถึงจะประสานความเข้าใจไปถึงชาวบ้านในหมู่บ้านได้ ท่านนายกค่อนข้างอธิบายได้ชัดเจนเห็นภาพที่พูดได้เลย เวลาประชุมผู้เข้าร่วมประชุมจะมีมากมีน้อยท่านก็เปิดโอกาสได้ซักถามจนได้ความเข้าใจถึงไม่ 100% ที่ตรงกันทั้งหมดแต่ก็น่าจะเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

สรุปด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรรายละเอียด คือ การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลประกอบด้วย การเพิ่มพูนทักษะ ประสบการณ์ วิสัยทัศน์และความสามารถในการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาการค้นคว้าจากตำราหนังสือ และการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมในระบบการศึกษาการจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ประกอบด้วย การแต่งกายที่เหมาะสมกับหน้าที่การทำงานถูกกาลเทศะมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เข้าถึงและฟังเข้าใจและเชื่อมั่นกล้าคิดกล้าตัดสินใจทักษะการสื่อสารที่เชี่ยวชาญการพูดที่โน้มน้าว สร้างความเข้าใจและรับฟังและการนำเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วยทัศนคติเชิงบวก และการพัฒนาภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพการแต่งกายภาษาพูด และการเพิ่มศักยภาพการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อสื่อสารกับประชาชนการจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุดประกอบด้วย การจัดการด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอ การวิเคราะห์ และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ประกอบด้วย การเตรียมตัวก่อนการนำเสนออย่างเข้าใจ การฟังจับประเด็นและการสนทนาโต้ตอบอย่างตรงประเด็น การร่วมแสดงความคิดเห็นไปสู่ข้อแลกเปลี่ยน การคำนึงถึงความรู้พื้นฐานภาษาและทัศนคติของผู้สนทนา และการวางแผนใช้เทคโนโลยีสื่อสารควบคู่กับการใช้ระบบการเผชิญหน้าในการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.2 ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร

ผลการศึกษาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรประกอบด้วย คือ (1) การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน ชี้แนะ และสั่งการในการปฏิบัติงานให้

สำเร็จตามจุดประสงค์ (2) การจัดการดำเนินการด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำ และ (3) การจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์ อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.5 ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร

2.2.1 การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน ชี้นำ และสั่งการในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดประสงค์

ผลการศึกษาการจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน ชี้นำ และสั่งการในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดประสงค์ พบว่า 1) การจัดเตรียมข้อมูลถ่ายทอดคำสั่งตามลำดับขั้นตอนของระเบียบราชการ 2) การมอบหมายการทำงานถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารและความต้องการไปยังกองงานและสำนักต่างๆ ในรูปแบบ ได้แก่ ข้อมูลเอกสารคำสั่ง คำสั่งด้วยวาจา กลุ่มไลน์องค์กรในระดับผู้บริหารและหัวหน้าฝ่าย และ 3) การมอบหมายการทำงานถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารและความต้องการในรูปแบบการเผชิญหน้า ได้แก่ การประชุมองค์กร การประชุมกลุ่มเครือข่ายองค์กร และการพูดคุยส่วนตัว ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เป็นไปตามโครงสร้างระเบียบราชการการจัดการบริหารองค์กรมีลำดับขั้นตอนการทำงานจากข้างบนสู่ข้างล่าง การถ่ายทอดคำสั่งอะไรต่างๆ ก็ขึ้นอยู่กับผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานนั้นๆ โดยปกติก็ใช้การชี้แจงในที่ประชุม พูดคุยหรือการมอบหมายให้ผู้บริหารอื่นๆ ทำแทน...” (ชนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ในส่วนของผู้บริหารทั้งหมดมีการแบ่งหน้าที่และการมอบหมายคำสั่งต่างๆ สร้างความเข้าใจแล้วนำสู่การถ่ายทอดนำไปปฏิบัติตามลำดับทั้งภายในองค์กรและการประสานหน่วยงานต่างๆ อาจใช้การผสมผสานหลายรูปแบบเข้ามาร่วมในการชี้แจงสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติ เช่น การประชุมภายใน การประชุมเครือข่าย การพูดคุยส่วนตัว การใช้ไลน์กลุ่มส่งข้อความในระดับผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายทั้งในเวลาการปฏิบัติปกติเพื่อความสะดวก รวดเร็ว และในกรณีที่มีความเร่งด่วนหรือหนังสือด่วนที่ต้องสร้างความเข้าใจร่วมกันอย่างทันท่วงที...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ส่วนตัวของลุงซาเองมีการจัดระบบในการประสานงานสั่งการภายในทั้งกองงาน มีการใช้ไลน์กลุ่ม ไลน์ส่วนตัว การประชุมต่างๆ เพื่อมอบหมายการทำงานในระดับผู้รับผิดชอบ หรือแม้แต่การไปพูดคุยตามกองงานต่างๆ ในการชี้แจงเอกสารทำความเข้าใจของเนื้อหาที่ซับซ้อนให้ตรงกัน...” (สินธพ อินทร์ดี, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...เนื่องจากงานของ อบจ. มีเยอะและหลายหน่วยหลายฝ่ายต้องประสานงานกัน ถ้าเป็นงานจากหน่วยงานข้างนอกก็ต้องผ่านฝ่ายประชาสัมพันธ์การแยกเอกสารหรือประสานติดต่อไปยังกองงานที่รับผิดชอบโดยตรง ในส่วนของนายท่านก็จะสั่งการในหลายรูปแบบในการมอบหมายทั้งในที่ประชุม โทรศัพท์ส่วนตัว กลุ่มไลน์ที่เกี่ยวข้องในระดับผู้บริหารหรือกองงานต่างๆ หรือแม้แต่การเข้าไปขอคำแนะนำ ข้อเสนอแนะเป็นการส่วนตัวที่มีความสงสัยต้องการความชัดเจนทั้งนายกและผู้บริหารอื่นๆ ...” (จินตนา กาญจนรัตน์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...มีระบบกระจายงานในระดับผู้บริหารไปยังหน่วยงานภายในต่างๆ ทั้งแบบเผชิญหน้า การประชุม การถ่ายทอดเอกสาร หรือการผสมผสานส่วนในหลายรูปแบบร่วมกันจะใช้แบบตัวต้วคงไม่ได้ต้องดูลักษณะของงาน ระดับการสร้างความเข้าใจ และเป้าหมายเป็นหลัก...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...มีลำดับขั้นตอนและช่องทางในการสั่งการ การแนะนำชี้แนะของนายกที่ได้รับมักเป็นการพูดคุยกันส่วนตัว ในวงประชุมซึ่งจะมีประชุมย่อยเกือบทุกวันบางวันหลานรอบ แต่ไม่ใช้การประชุมกันทีเดียวเป็นการประชุมงานกับผู้รับผิดชอบเป็นส่วนๆ ไปซึ่งจะเป็น การเสนอความคิดเห็นร่วมกันมากกว่าเพื่อให้เกิดระบบปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามการวางแผนโดยที่มีแยกหน่วยงานออกเป็นกองงานก็มีหน้าที่รับผิดชอบอยู่แล้ว...” (พิพัฒน์ มากำเหน็ด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

2.2.2 การจัดการดำเนินการด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร

ผลการศึกษาการจัดการดำเนินการด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร พบว่า 1) การมอบนโยบายงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์

ในการจัดการดำเนินงานสื่อสารองค์กร 2) การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ ได้แก่ รูปภาพ ข้อความ คลิปวิดีโอ เอกสารและการถ่ายทอดสด 3) การกำหนดเนื้อหาข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบาย ผลดำเนินงาน การแก้ปัญหา การสร้างความร่วมมือ การเผยแพร่กิจกรรมขององค์กรและข่าวสารที่มีความจำเป็นที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ 4) การออกแบบสื่อโดยให้ความสำคัญกับความเหมาะสมกับช่องทางสื่อสาร เน้นความเข้าใจสื่อความหมายที่ชัดเจนน่าสนใจ น่าติดตาม และเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับการเผยแพร่ข่าวสารของภาครัฐ 5) การเผยแพร่เนื้อหา ข่าวสารและภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรที่มีลักษณะประกอบด้วยบุคลิกท่าทาง การแต่งกาย การเข้าร่วมทำกิจกรรม การทำงาน การแสดงถึงความมุ่งมั่นตั้งใจและความต้องการเพื่อสร้างความรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนในพื้นที่ และ 6) ช่องทางที่การสื่อสารขององค์กรประเภทต่างๆ ได้แก่ เอกสาร แผ่นพับ ป้ายโฆษณาในจุดสำคัญ เสียงตามสายและเครือข่ายออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ดิจิต็อก ซึ่งเครือข่ายออนไลน์เป็นส่วนสำคัญของการสื่อสารขององค์กรที่นำมาใช้ในการสื่อสารหลักที่มีความสามารถในการส่งข้อความ ภาพ วิดีโอที่มีภาพและเสียงร่วมกับการถ่ายทอดสดผ่านเพจเฟซบุ๊กและเฟซบุ๊กที่มีความรวดเร็วและเข้าถึงประชาชนจำนวนมากอีกด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ท่านนายกได้มอบหมายงานประชาสัมพันธ์โดยมอบนโยบายสื่อสารองค์กรอย่างกว้างในการเผยแพร่ข่าวสารในทุกรูปแบบทั้งการเข้าถึงและการประสานงานข่าวสารจากประชาชน ซึ่งงานประชาสัมพันธ์มีการดำเนินงานวางแผนโดยยึดหลักความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ และเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับการเผยแพร่ข่าวสารของภาครัฐ รูปแบบการผลิตข่าวสารที่มีอยู่ก็จะมีรูปถ่าย กิจกรรมของงานประชาสัมพันธ์ คลิปวิดีโอ ข้อความประชาสัมพันธ์ การถ่ายทอดสดกิจกรรมสำคัญๆ ในส่วนการเผยแพร่ด้วยเอกสารแผ่นพับจะลดปริมาณลงเนื่องจากชาวบ้านให้ความสนใจน้อยลงมาก ส่วนใหญ่จะไปติดตามในช่องออนไลน์ ซึ่งทางเทศบาลเมืองทุ่งสงเองได้มีช่องทางในการเผยแพร่ผ่านเครือข่ายออนไลน์ ทั้งหมดได้แก่เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ดิจิต็อก ทางทีมงานแบ่งปันหน้าที่กันทำผลิตและส่งผ่านช่องทางต่างๆ ในส่วนของเสียงตามสายก็มีการใช้งานป้ายโฆษณาแบบจอโทรทัศน์ ป้ายโฆษณาทั่วไปแบบไวเนลก็มีติดตั้งในจุดสำคัญๆ เรียกความสนใจกับผู้คนสัญจรไปมาได้มากทีเดียว...” (พิพัฒน์ มากำเหนิด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...งานประชาสัมพันธ์ที่ต้องสื่อสารภารกิจขององค์กรมีความจำเป็นในการปรับตัวในการสื่อสารของประชาชนเป็นหลัก...” (สุภัทสรุ สุวรรณ, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...งานประชาสัมพันธ์เมื่อเทียบกับภารกิจของ อบต.ท่าข้ามที่ต้องนำเสนอปริมาณมากแต่บุคลากรเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอถือว่างานหนักพอสมควร ทางลุงซาให้อิสระกับการทำงานตรงนี้คือให้ยึดหลักการทำงานมีตัวชี้วัด ITA. เป็นสำคัญและค่อยๆ พัฒนาจัดการช่องทางการสื่อสารใน

ช่องทางอื่นๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันนี้ช่องทางการสื่อสารที่มากขึ้นงานประชาสัมพันธ์ก็มีมากตาม ซึ่งในการผลิตรูปแบบต่าง ๆ เข้าสู่ช่องทางที่ครอบคลุมเข้าถึงประชาชนในทุกมิติทุกช่วงวัยในการติดตามข่าวสารของ อบต.ท่าข้าม...” (นันทวัฒน์ ยุกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ภาพลักษณ์ต่างๆ ของท่านนายก งานประชาสัมพันธ์จะนำเสนอในรูปแบบและเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับภารกิจของปฏิบัติหน้าที่ผู้บริหารและมีการเผยแพร่ในทุกช่องทางที่มีอยู่ของอบจ. พัทลุง...” (พิไลพร หรดคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อใช้การเผยแพร่มีลดปริมาณลงเหลือเพียง 10% ซึ่งทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่ายเพราะชาวบ้านไม่ค่อยให้ความสนใจหยิบอ่านแต่กลับไปติดตามข้อมูลทางออนไลน์มากกว่า ทางเทศบาลจึงให้ความสำคัญกับการผลิตรูปแบบออนไลน์ที่มีผู้คนให้ความสนใจมากกว่า จริง ๆ แล้วทางเทศบาลมีรูปแบบการผลิตและความสามารถในการผลิตสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบเพียงจะต้องเลือกช่องทางให้เหมาะสมกับการติดตามของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งในอนาคตทางเทศบาลมีแผนดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ตามความปรับตัวของชาวบ้านเพื่อให้ข้อมูลของทางเทศบาลสร้างความรับรู้การประสานงานและสร้างความร่วมมือให้ทั่วถึงมากที่สุด...” (มะลิ พุทธอนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...งานประชาสัมพันธ์ถือเป็นหน่วยงานที่ต้องขอความช่วยเหลือจากกองงานอื่นๆ เข้ามาเพิ่มเติมโดยขอกำลังคนที่มีความสามารถในด้านต่างๆ เข้ามาช่วย เดิมทีมีเจ้าหน้าที่ในการรับผิดชอบในการดำเนินงานหลักๆ 3-4 คนในการผลิตรูปแบบต่างๆ เพื่อทำการส่งเผยแพร่ข่าวสารของ อบจ.สตูล นอกจากสื่อที่มีอยู่เดิมยังต้องจัดการสื่อสารผ่านออนไลน์ที่มีการเพิ่มช่องทางมากขึ้น นอกจากนี้ทาง อบจ.สตูล มีการสร้างช่องสถานีวิทยุส่งข่าวสารที่จะมีการตั้งสถานีที่อาคารของ อบจ.สตูล เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่จังหวัด...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ต้องให้ความสำคัญกับข่าวสารนโยบาย การแก้ปัญหา ข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์และข่าวสารที่ต้องสร้างความเข้าใจเร่งด่วนกับสังคม มันมีผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ อบจ. ในการทำงานของคุณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกคน เน้นอนว่ากิจกรรมต่างๆ การทำงานของผู้บริหาร เจ้าหน้าที่จะถูกสอดแทรกลงไปในการผลิตเนื้อหาข่าวสาร...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

2.2.3 การจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงานการสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน

ผลการศึกษาดูการจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน พบว่า 1) การวางแผนการสื่อสาร โดยมีช่องทางการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ ความสัมพันธ์อันดีมีการแบ่งช่อง

ทางการสื่อสารได้ 4 ระดับ คือ (1) ผู้บริหารองค์กรกับเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าฝ่ายต่างๆ โดยมีการช่องทางการติดต่อสื่อสารด้วยเอกสาร การประชุม โทรศัพท์ส่วนตัวและของสำนักงาน การพูดคุยส่วนตัว กลุ่มไลน์งานบริหาร และไลน์ส่วนตัว (2) ผู้บริหารองค์กรกับเครือข่ายองค์กรโดยมีช่องทางการติดต่อสื่อสารด้วยเอกสาร การประชุม โทรศัพท์ส่วนตัวและของสำนักงาน การพูดคุยส่วนตัว กลุ่มไลน์เครือข่ายองค์กร และไลน์ส่วนตัว (3) ผู้บริหารองค์กรกับตัวแทนและผู้นำชุมชนโดยมีการช่องทางการติดต่อสื่อสารด้วยการประชุม เอกสาร โทรศัพท์ส่วนตัวและของสำนักงาน การพูดคุยส่วนตัว การร่วมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร กลุ่มไลน์ผู้นำชุมชนพื้นที่ และไลน์ส่วนตัว และ (4) ผู้บริหารองค์กรกับประชาชนโดยมีการช่องทางการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ โทรศัพท์ส่วนตัวและของสำนักงาน การพูดคุยส่วนตัว การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรและเครือข่าย การเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมของบริบทในพื้นที่ และการสร้างการรับรู้ผ่านเพจเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กรสู่สาธารณะและประชาชนในพื้นที่ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ภาคประชาชนถือเป็นเครือข่ายที่ช่วยผลักดันการทำงานให้ลุล่วงไปด้วยดีบางครั้งจะต้องประสานงานด้วยตัวเอง การเข้าประชุมในหน่วยงานองค์กรต่างๆ การได้พูดคุยทางโทรศัพท์กันก็มี หรือหน่วยงานอื่นๆ ติดต่อมาโดยตรงส่งหนังสือเอกสารขอความร่วมมือต่างๆ ก็ต้องเอามาพิจารณาเป็นเรื่องๆ ไป เรายังมีหน้าที่ให้บริการ ตอบสนอง และประสานต่อไป...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ถ้าให้ชี้ชัดคงไม่มีแน่นอน แต่ถ้าแยกได้ว่าในฐานะผู้บริหารตำแหน่งนายกต้องประสานงานบริหารในทุกช่องทางที่เข้ามาโดยผ่านเจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ เลขาฯ หรือโทรมาคุยส่วนตัว ซึ่งในระบบการทำงานก็จะมีแผนงานการประชุมงานกันอยู่แล้ว ผมให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่พูดคุยกับประชาชนมากกว่าไปหมดไม่ว่างานบุญ งานบวช งานศพได้ยินได้ฟังจากปากชาวบ้านได้เห็นกับตาถือว่าของจริงกว่า...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ในระดับผู้บริหารกับองค์กรและตัวแทนประชาชนมีช่องทางสื่อสารในหลายช่องทางตามภารกิจหรือกิจกรรมทั้งแบบเผชิญหน้าและสื่อสารออนไลน์ ซึ่งสื่อสารออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่งที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและขอความร่วมมือจากประชาชนในวงกว้างได้มากที่สุดทีเดียว...” (วรัญญา เทพบุรี, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...อันที่จริงทุกช่องทางสามารถใช้ในการบริหารงานและการสร้างความร่วมมือทั้งของนายกและองค์กรรวมถึงการประสานต่างๆ ขององค์กรที่ไปยังประชาชนได้ทั้งหมดจึงเห็นว่าช่องทางไหนหยิบยกมาใช้กับเรื่องใด จะต้องให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วและตอบสนองได้ดีมากกว่า...” (พิไลพร หรรุตคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...จากการลงพื้นที่ของนายกและเจ้าหน้าที่ การจัดประชุมในพื้นที่ การจัดกิจกรรมต่างๆ หนังสือจากเทศบาลแจ้งเข้าร่วมประชุมประจำเดือน ประชุมแผนงานต่างๆ มีการแจ้งประสานส่งผ่านไลน์กลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อประสานงานเตือนความจำติดตามงานกันในระดับผู้ใหญ่ กำนันที่รับผิดชอบในพื้นที่ของเทศบาลตำบลบ้านล้อง โทรมาคุยกันอะไรกันก็ได้หมด พบปะพูดคุยได้ทุกโอกาส...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ประธานชุมชนทำงานร่วมกับเทศบาลเมืองทุ่งสง ด้วยความเป็นตัวแทนของชุมชนมีโอกาสพบนำเสนอพูดคุยโดยตรงกับนายกในการประชุม การทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีการนัดหมายล่วงหน้ามีหนังสือบ้าง ผ่านไลน์กลุ่มบ้าง เจ้าหน้าที่โทรมาเองก็มี ตัวเราเองก็ประสานชาวบ้านส่งต่อข่าวสารที่ทางเทศบาลเขาส่งมาให้ทราบข่าวคราว อันที่จริงแล้วข่าวคราวทางเทศบาลเมืองทุ่งสงมีการประชาสัมพันธ์มากมายทั่วถึง เราเองเป็นตัวแทนช่องทางหนึ่งเหมือนกัน...” (เสาวภา อินทรสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

สรุปด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรรายละเอียด คือ การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน ชี้นำ และสั่งการในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดประสงค์ ประกอบด้วยการจัดเตรียมข้อมูลถ่ายทอดคำสั่งการมอบหมายการทำงานและความต้องการไปยังกองงานและสำนักต่างๆ และการมอบหมายการทำงานและความต้องการในรูปแบบการเผชิญหน้าการจัดการดำเนินการด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำประกอบด้วยกรมอบนโยบายงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์การกำหนดรูปแบบการนำเสนอการกำหนดเนื้อหาข่าวสาร การออกแบบสื่อการเผยแพร่เนื้อหาข่าวสาร และช่องทางที่การสื่อสารขององค์กรการจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชนประกอบด้วย การวางแผนช่องทางการสื่อสารเพื่อการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กร ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายองค์กรต่างๆ ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับตัวแทนและผู้นำชุมชนและ (4) ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับในพื้นที่สื่อสารธรรมาภิบาลประชาชนเป็นการส่วนตัว

2.3 ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร

ผลการศึกษาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วย คือ (1) ความสำคัญของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร (2) ขั้นตอนของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร (3) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร และ (4) หลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการนำผลไปดำเนินการหลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการ

ปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.6 ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร

2.3.1 ความสำคัญของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาความสำคัญของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า 1) การให้ความสำคัญกับการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) และ 2) การให้ความสำคัญกับการรับรู้ข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ ของประชาชนผ่านความร่วมมือการแสดงความคิดเห็นผ่านกิจกรรมองค์กรและ กิจกรรมทางบริบทของสังคมด้วยการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบและช่องทางสื่อสารต่างๆ และการปฏิบัติงานขององค์กร ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การตรวจประเมิน ITA. มีความสำคัญในการวัดผลการประเมินที่มีคุณธรรมและความโปร่งใส ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ในมิติต่างๆ ของเทศบาลเมืองทุ่งสงและการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารและหน่วยงาน...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...การตรวจประเมินรับฟังความคิดเห็นต่างๆ ความพึงพอใจในการบริหารของเทศบาลและการรับรู้การดำเนินงานของประชาชนโดยวัดผลจากกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ ...” (นันทมิตรค์ ยกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การตรวจประเมิน ITA. ท้องค์กรผ่านการประเมินถือว่ารอบด้านและรางวัลที่ได้รับเป็นตัววัดผลการประเมินผลของความสำเร็จขององค์กร...” (บุณิกา สุวรรณโณ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ให้ความสำคัญในทุกๆ เรื่องเก็บข้อมูลจากความรู้สึกนึกคิดของชาวบ้าน จากการรับฟังเรื่องร้องเรียนถือว่าเป็นการประเมินแบบวิถีธรรมชาติและในส่วนตัวที่สำคัญที่สามารถวัดผลจากความสำเร็จของความร่วมมือเป็นรูปธรรมและการได้รับรางวัลต่างๆ ...” (พิไลพร หรุคคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

2.3.2 ขั้นตอนของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาขั้นตอนของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร พบว่า มี 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การวางแผนการประเมินขององค์กรโดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) การมอบหมายจัดตั้งเจ้าหน้าที่ผู้ประเมินทั้งภายในและภายนอก (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินเป้าหมายของการประเมินและประโยชน์ของการประเมิน (3) การเลือกวิธีการประเมินให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่ต้องการประเมินโดยมีรูปแบบการประเมิน คือ แบบสอบถามการประเมินด้านความรู้ ความพึงพอใจ และผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในกิจกรรมขององค์กรมีทั้งรูปแบบเอกสารและแบบออนไลน์ (4) การประเมินการมีส่วนร่วมโดยการวัดปริมาณจำนวนประชากรผู้เข้าร่วม และการสอบถามแบบเผชิญหน้าในกิจกรรม (5) การดำเนินการประเมินและรวบรวมข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนด และ (6) การวิเคราะห์ผลการประเมินผลในประเด็นต่างๆ เพื่อนำมาแก้ไขและใช้ประโยชน์ต่อไป 2) การประเมินด้วยตนเองเป็นการประเมินด้วยวิธีการพบปะพูดคุยกับประชาชนในการลงพื้นที่ และการร่วมกิจกรรมองค์กรและกิจกรรมๆ ตามบริบทประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นกับประชาชนในพื้นที่ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การลงพื้นที่การได้พูดคุยไม่ว่าจะเป็นในกิจกรรมขององค์กรหรือกิจกรรมของชาวบ้านในงานที่เขาจัดขึ้นเชิญเราไปก็จะพบมุมมอง ความคิด พฤติกรรมของชาวบ้านที่แสดงออกมา

และสิ่งที่แสดงออกเหล่านี้นั้นสะท้อนถึงความคิด ความรู้สึกได้ว่าชาวบ้านเขาคิดและต้องการอะไร...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ผมให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่ร่วมงานสังคัมกับชาวบ้านทำให้ใกล้ชิดและเห็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดและเขาต้องการได้มากกว่า...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...อันนี้แล้วแต่กิจกรรมว่ามีลักษณะอย่างไร ขั้นตอนแรกคือกำหนดวัตถุประสงค์ โดยจัดตั้งเจ้าหน้าที่มารับผิดชอบ แล้วเลือกแบบประเมินมีทั้งการรับรู้ ความพึงพอใจ ทั้งรูปแบบเอกสารและแบบออนไลน์ หากเป็นกิจกรรมใหญ่จะไม่สามารถวัดด้วยผลสำรวจทั้ง 2 รูปแบบก็อาจดูลักษณะอื่นแทน เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมหรือการสอบถามโดยพิธีกรผู้จัดหรือผู้ดำเนินรายการสอบถามหลังกิจกรรม...” (ปฐนิกา สุวรรณโณ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...มอบหมายให้เจ้าหน้าที่กำหนดวัตถุประสงค์การประเมินแบบต่างๆ ทั้งแบบทดสอบแบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ทั้งแบบออนไลน์และเอกสารกับประชาชนแล้วรวบรวมข้อมูลนำผลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...ขึ้นอยู่กับว่ารูปแบบที่จะต้องประเมินว่ามีลักษณะแบบใด โดยทั่วไปถ้าจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่เยอะก็ใช้แบบสอบถามเป็นเอกสารหรือแบบออนไลน์ ถ้าพื้นที่ระดับงานกิจกรรมใหญ่ เช่น งานวิถึก็จะใช้แบบประเมินหลายตัวทั้งแบบออนไลน์สำรวจความสนใจผู้เข้าร่วมและหลังกิจกรรมที่ประเมินจากความรู้สึกของผู้เข้าร่วม...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

2.3.3 ผู้ดำเนินการการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคต วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาผู้ดำเนินการการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคต วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) การประเมินจากภายนอกองค์กร คือ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเป็นประจำปีโดยมีตัวชี้วัดที่ 9 เรื่องการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะและประชาชน 2) การประเมินจากภายในขององค์กรโดยการมอบหมายเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าฝ่ายเป็นผู้รับผิดชอบการวางแผนดำเนินการและประเมินผล และการมอบหมายเจ้าหน้าที่หรือผู้เชี่ยวชาญในการเป็นผู้ดำเนินการประเมินในรูปแบบที่มีความแตกต่างกัน และจากผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ดำเนินการประเมินด้วยตัวเองในการประเมินการรับรู้ ทศนคต วิสัยทัศน์และการปฏิบัติงานของตนเองกับประชาชนในพื้นที่ในรูปแบบไม่เป็นทางการและวัดประเมินจากความรู้สึกพอใจของประชาชนเป็นหลัก ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เจ้าหน้าที่ทำแบบสอบถามทั้งเอกสารและแบบออนไลน์ มีทั้งการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากประชาชนและการลงประชาสัมพันธ์เครือข่ายออนไลน์ในการทำการประเมิน...” (นภยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...ITA. ของสำนักคณะกรรมการ(ปปช.). ทำการประเมินในส่วนของตัวชี้วัดการเปิดเผยข้อมูลสู่ประชาชน ซึ่งส่วนของการประเมินกิจกรรมงานต่างๆ ขององค์กรก็จะมีการมอบหมายจากนายกให้เจ้าหน้าที่หัวหน้าฝ่ายต่างๆ รับผิดชอบดำเนินการจนถึงการเสนอผลการประเมิน และอีกส่วนหนึ่งซึ่งคณะผู้บริหารก็จะเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมผัสกับชาวบ้านด้วยตัวเองถือว่าเป็นการประเมินแบบวิถีธรรมชาติวัดผลความพึงพอใจ ความต้องการของประชาชน...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...วางแผน และออกแบบวัตถุประสงค์ทำการประเมินเป็นงานที่ได้รับมอบหมายจากนายก ความสำคัญคือการประเมินตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการประเมินในรูปแบบเอกสารออนไลน์ การลงพื้นที่สอบถาม และการประเมินในขณะที่ทำกิจกรรมลักษณะสอดแทรกคำถามโดยผู้ดำเนินรายการกิจกรรมซึ่งมีลักษณะคำถามแบบมีส่วนร่วมความคิดเห็นทำนองนั้น...” (มะลิ พุทธถนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...เจ้าหน้าที่ออกแบบสอบถามมาให้แสดงความคิดเห็นมีทั้งแบบที่เข้าร่วมกิจกรรมมาถามถึงบ้านก็มี...” (สมชาย สว่างเภา, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกสนิทท่านถามเองว่าคิดเห็นอะไรเกี่ยวกับเรื่องนั้นเรื่องนี้ จะเสนอแนะอะไรบ้าง ชาวบ้านมีอะไรก็ฝากบอกผมมาช่วยพูดช่วยส่งต่อถึงนายกสนิทอย่างโน้น อย่างนี้ ก็ว่าไป...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...แบบประเมินมีเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่สอบถามชาวบ้าน บางครั้งก็มอบหมายให้ทำการสำรวจต่างๆ ผ่านผู้ใหญ่บ้าน อสม.เป็นคนประสานแบบประเมินกับชาวบ้านมีหลายรูปแบบในเพจส่งผ่านไลน์มาก็มี...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

2.3.4 การนำผลไปดำเนินการหลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาการนำผลไปดำเนินการหลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) การนำผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะและประชาชนจากคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) เพื่อนำเข้าสู่ที่ประชุมพิจารณาจุดเด่น จุดด้อยและการแก้ไข ปรับปรุง การพัฒนาการสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อไป 2) การนำผลการประเมินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรร่วมประชุมเจ้าหน้าที่ในการพัฒนา

กิจกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์ ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป

3) การนำผลการประเมินจากความร่วมมือและความต้องการของประชาชนมาออกแบบนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุดของประชาชนในพื้นที่มากที่สุด และ

4) ผู้บริหารองค์กรได้นำผลการประเมินความพึงพอใจ ทักษะคิด วิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองใช้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงในด้านนโยบายความต้องการและการแก้ไขปัญหา และการสร้างความเข้าใจของประชาชนในพื้นที่ให้รู้สึกพึงพอใจและสร้างความนิยมทางการเมืองของตน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ใช้ในการพัฒนาในการทำงานครั้งต่อไป เผยแพร่ในที่ประชุมหัวหน้าส่วน และแจ้งเรียนให้ทุกกองงานทราบ...” (นายยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...นอกจากตัวชี้วัดของ ITA. ที่บ่งบอกจุดด้อยและจุดเด่นสามารถนำมาปรับปรุงแก้ไขให้องค์กรในการพัฒนาต่อไป ซึ่งผลการประเมินต่างๆ ของ อบต.นั้นในด้านกิจกรรมก็ได้นำผลประเมินมาพัฒนาให้ตรงกับความต้องการและเกิดประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชน...” (นันทวัฒน์ ยกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ผลการประเมินทุกส่วนมีผลต่อนโยบายการแก้ปัญหาและความต้องการของประชาชน การประเมินผลเหล่านี้ต้องตกผลึกทางความคิดในทุกมิติจากการบริหารงานของ อบจ.สตูล ซึ่งถูกนำมาวิเคราะห์และใช้ประโยชน์สูงสุดและผลประโยชน์ต้องตกกับประชาชนได้มากที่สุด...” (สัมฤทธิ์ เสียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...นำไปปรับปรุงแก้ไขและอุดช่องโหว่หรืออาจนำไปวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและความต้องการและการสร้างนโยบายกิจกรรมใหม่ให้เกิดขึ้น...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...อย่างน้อยที่สุดคือการได้เห็นความผิดพลาดและความสำเร็จของในแต่ละงาน เกิดข้อคำถามใหม่ ที่จะนำมาแก้ไขพัฒนาอย่างไรกันต่อไป...” (พิไลพร หรุดคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นำสู่การประชุมเพื่อนำเสนอเข้าสู่กระบวนการซึ่งมีผู้บริหารหัวหน้าฝ่ายต่างๆ รับทราบ และพิจารณาในการดำเนินการอย่างไรต่อไป...” (วรัญญา เทพบุรี, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

สรุปด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารรายละเอียด คือ ความสำคัญของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และการประเมินกับการ

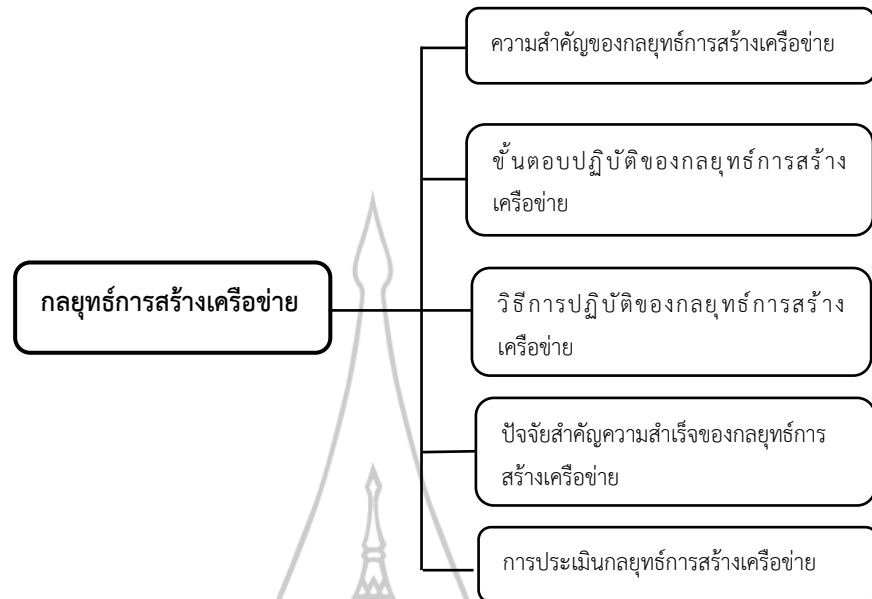
รับรู้ข่าวสารของประชาชน ขั้นตอนของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย การวางแผนการประเมินขององค์กรจากเจ้าหน้าที่ ภายในและภายนอก และการประเมินด้วยตนเองจากการลงพื้นที่และการร่วมกิจกรรม การประเมิน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย การประเมินจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) และการประเมินจากภายในขององค์กรและจากผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ดำเนินการประเมินด้วยตัวเอง การนำผล ไปดำเนินการหลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติ หน้าที่ของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย การนำผลการประเมินจากหน่วยงานภาครัฐในการเปิดเผย ข้อมูลสู่สาธารณะและประชาชน การนำผลการประเมินร่วมประชุมเจ้าหน้าที่ในการพัฒนาให้เกิด ประโยชน์ การนำผลการประเมินออกแบบนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการและเกิด ประโยชน์สูงสุดและผู้บริหารองค์กรได้นำผลการประเมินของตนเองใช้เพื่อพัฒนาปรับปรุงแก้ไข และการสร้างความเข้าใจของประชาชนในพื้นที่

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

จากผลวิเคราะห์การศึกษาในส่วนที่ 3 ประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านกลยุทธ์ การสร้างเครือข่าย 2) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ 3) กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และ 4) กลยุทธ์ การสร้างการรับรู้โดยได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.1 ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วย คือ (1) ความสำคัญของ กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย (2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย (3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์ การสร้างเครือข่าย (4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และ (5) การประเมินกลยุทธ์ การสร้างเครือข่าย โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความ คิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.7 ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

3.1.1 ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย พบว่า 1) การลงพื้นที่พบปะกับเครือข่ายและประชาชนในพื้นที่ด้วยตัวเองอย่างสม่ำเสมอ สร้างความรู้จักคุ้นเคยและให้ความสนิทสนม 2) การแสดงจุดยืนอุดมการณ์และสร้างประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างเสียสละและจริงใจ 3) การแบ่งการลงพื้นที่เครือข่ายในหลายระดับเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดความเชื่อมั่น ได้แก่ เครือข่ายภายในองค์กร ภายนอกองค์กร และผู้นำชุมชนต่างๆ ในการทำงานร่วมกัน 4) การแสดงถึงความมุ่งมั่น จริงใจ และช่วยเหลือผลักดันภารกิจให้ประสบความสำเร็จ 5) การลงพื้นที่เน้นการรับฟังปัญหาความต้องการของเครือข่ายผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่และ 6) แสวงหาแนวทางดำเนินการแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วนเพื่อให้เกิดความชื่นชอบและไว้วางใจในการทำงานการบริการขององค์กร ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การที่ต้องลงมือทำให้ชาวบ้านเขาเห็น พูดคุยให้เข้าใจ ทำอะไรแล้วได้ประโยชน์ทุกอย่างมีความสำคัญทั้งหมด นายเองก็ไม่ได้ทำงานคนเดียวต้องอาศัยคนทั้งองค์กรของ อบต. เราจึงต้องเริ่มจากที่ทำงานที่ต้องช่วยเหลือกันแบบพี่น้องก็อยู่กลกันมีความจริงใจจริงจังในการทำงานเพื่อประโยชน์ของชาวบ้านแล้วขยายให้ชาวบ้านได้รับรู้ลงพื้นที่อธิบายให้ ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่ กำนันได้เข้าใจประสานขยายถึงชาวบ้านในวงกว้างมากขึ้น นายเองก็ต้องเข้าไปรับฟังปัญหา อย่าไปสร้างปัญหาเพิ่ม

ให้เขา เขาเชื่อใจวางใจ สนับสนุนแล้วเขาก็จะพูดทุกอย่างให้เราฟังอย่างสนิทใจ...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ท้องถิ่นขับเคลื่อนด้วยการยึดถือนโยบายที่ตอบสนอง แก้ไขปัญหาของชาวบ้านเป็นหลัก การเข้าถึงปัญหาและความต้องการจึงต้องลงพื้นที่สม่ำเสมอทั้งตัวนายก คณะผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ก็ก็ต้องช่วยกันในการรับฟังหาความต้องการ นำปัญหาข้อร้องเรียนจากตัวแทนสมาชิก ตัวแทนชาวบ้าน กำนัน ผู้ใหญ่บ้านซึ่งถือว่าเป็นแกนกลางของประชาชนในพื้นที่ เราจะเห็นความต้องการและปัญหาได้เป็นกลุ่มเป็นก้อนเพื่อนำมาเข้าสู่การบริหารจัดการดำเนินการต่อไป...” (ธนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ลุงซาเห็นว่าการลงพื้นที่ชาวบ้านเองก็จะเห็นการทำงานของเรและสร้างความสนิทสนมใช้การพูดคุยแบบบ้านๆ กับทุกคนทั้งในขององค์กรเอง ชาวบ้าน และตัวลุงซาเองต้องร่วมมือกันสร้างชุมชนท่าข้ามให้เกิดความร่วมมือที่ก่อประโยชน์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การเปิดโอกาสได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแนวคิดในการทำงานร่วมกันจะลดความซ้ำซ้อนมีส่วนช่วยในการวางแผนงานและดำเนินงานทางปฏิบัติที่เกิดความร่วมมือและการทำงานในลักษณะเอื้อประโยชน์ที่จะผลักดันภารกิจต่างๆ ระหว่างกันในรูปแบบกลุ่มก้อนในการที่จะสร้างความมุ่งมั่นสามัคคีให้บรรลุเป้าหมายสำเร็จด้วยดี...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ประสานความต้องการทั้งเครือข่ายขององค์กร เครือข่ายชุมชน ท้องถิ่น ท้องที่ จะต้องสร้างความเข้าใจและวางใจในการทำงานร่วมกันด้วยสามัคคีจริงใจ และมุ่งมั่นหาแนวทางในการทำงานและประสานประโยชน์ร่วมกันในการตอบสนองความต้องการของประชาชนในการผลักดันนโยบายต่างๆ อาศัยการประชุมวาระต่างๆ ร่วมกันในระดับราชการ และการพบปะพูดคุยปรึกษาหารือแบบนอกรอบทั้งส่วนบุคคลที่เป็นตัวแทนเครือข่าย กลุ่มก้อนประชาชนพื้นที่ในแง่ของการทำงานร่วมกัน...” (จินตนา กาญจอมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกสินเข้ามารับฟังปัญหาของชาวบ้านได้พบพูดคุยตัวเป็นๆ มันอบอุ่นเชื่อมั่นมากกว่าพอเรารู้สึกดีอย่างอื่นก็ดีตามชาวบ้านเองก็ชื่นใจให้ความร่วมมือเหมือนคนกันเอง...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ต้องเข้าใจก่อนว่างานเครือข่ายบางครั้งมันไม่ใช่คำสั่งจากราชการ นายกต้องมาพบพูดคุยด้วยตัวเองจะโทรมาหรือให้ตัวแทนมาคุยในการสร้างความเข้าใจ มันไม่ใช่การส่งเอกสารมาตีความว่าต้องทำอะไรบ้างอย่างไร ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน กำนันก็ต้องทำความเข้าใจก่อนถึงจะไปสานต่อให้ชาวบ้านเข้าใจอีกทอดหนึ่งได้...” (สมพงศ์ กังเซ่ง, สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2566)

3.1.2 ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย พบว่า 1) การกำหนดเป้าหมายและวางแผนการลงพื้นที่กับทุกเครือข่ายและมีหลายระดับ ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แกนนำกลุ่มอาชีพต่างๆ รวมถึงประชาชนในพื้นที่ทั่วไป 2) การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเครือข่ายต่างๆ ด้วยการพูดคุย สร้างความสนิทสนม การแสดงถึงความจริงใจและความต้องการของกลุ่มเครือข่ายต่างๆ 3) การสร้างช่องทางติดต่อสื่อสารกันทั้งรูปแบบการติดต่อส่วนตัวและแบบกลุ่ม 4) การเชื่อมโยงเครือข่ายและการชักนำเครือข่ายให้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการต่างๆ ขององค์กรที่ได้จัดกิจกรรมขึ้นตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น และ 5) การรักษาความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่ายด้วยการให้ความสำคัญกับการพูด การฟัง ความคิดเห็น และการติดต่อด้วยวิธีต่างๆ ให้เครือข่ายรู้สึกไม่ถูกทอดทิ้งและเป็นที่พึ่งพา ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พี่น้อง เพื่อนฝูง ชาวบ้านมาขอพบต้องยินดีต้อนรับเสมอ แน่นนอนที่สุดคือการเข้ามาก็ต้องมีปัญหาที่เดือดร้อนที่จำเป็นได้เจอได้พูดได้คุย หากมาไม่พบในวันนั้นหรือทางเจ้าหน้าที่รับเรื่องแล้วไม่สามารถแก้ปัญหาให้เขาได้ ทางเราเองต้องประสานไปหาเขาเอง นายเองจะปฏิเสธหนึ่งเฉยไม่ได้ เราเป็นตัวแทนอาสาสมัครทำงาน เขามามันต้องมีอะไรสักอย่างให้เราช่วยเหลือ จะช่วยเขาอย่างไร ต้องดูกันอีกที พื้นที่จังหวัดสตูลแม้จะลงพื้นที่ทั้งนายเอง รองนายกเจ้าหน้าที่ทุกวันมีเรื่องร้องเรียนจากชาวบ้านให้แก้ไข ประสานงานทุกวัน...” (สัมภาษณ์ เสียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...มันต้องมีแผนงานและกำหนดการต่างๆ ต้องลำดับความสำคัญจะลงพื้นที่เองหรือมอบหมายให้คนอื่นไป นายเองไม่ได้ทำงานคนเดียวและในพื้นที่รับผิดชอบกว้างพอสมควร เราใช้เวลาในการทำงานทั้งงานส่วนราชการและภารกิจในการทำงานที่ต้องเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มอาชีพหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องก็ต้องลำดับขั้นตอนกันไป สิ่งสำคัญ คือ การพูด การฟังความคิดเห็นที่ต้องบ่งบอกจริงใจทุกคนให้เขาเข้าใจในการทำงานเราจะสร้างความไว้วางใจ เชื่อใจ รู้สึกเห็นใจต่อกัน...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ความหลากหลายของกลุ่มอาชีพ ชุมชน หมู่บ้าน ตัวแทนผู้นำชุมชนทางเทศบาลฯ ได้มีการเชื่อมโยงพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนในการประชุมที่มีวาระต่างๆ โดยการกำหนดแผนงานกิจกรรมขององค์กร และการได้พบเจอของกลุ่มเครือข่ายที่องค์กรได้จัดโครงการกิจกรรมต่างๆ สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ได้พบได้เข้าร่วมและแลกเปลี่ยนหรือได้ทำงานร่วมกัน ทั้งนี้ทางองค์กรก็มีช่องทางการติดต่อในลักษณะกลุ่มเครือข่ายและการติดต่อส่วนตัวในการประสานงานอย่างทั่วถึง...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...แผนการลงพื้นที่ของนายก็มีแนวปฏิบัติต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าให้ท่านตัดสินใจเอง และในส่วนการสร้างเครือข่ายขึ้นอยู่กับรูปแบบกิจกรรมที่ได้กำหนดแผนเป้าหมายที่ได้รวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเครือข่ายตามความต้องการก่อนจะเป็นแผนพัฒนาประจำปี...” (นาลยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...ท่านนายกก็เป็นคนพื้นที่นี้ก็เหมือนคนบ้านเดียวกันท่านเองก็ทำงานเพื่อผลประโยชน์ของคนในพื้นที่ลงตรวจเยี่ยมโครงการเจอชาวบ้านก็ทักทายตามประสานคนบ้านเดียวกันซึ่งโดยปกติผมเองในฐานะประธานชุมชนก็มีกิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลเมืองทุ่งสงที่ประสานงานกันตลอดในการผลักดันกิจกรรมต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี อันนี้ต้องชื่นชมการทำงานในการประสานของเทศบาลเมืองทุ่งสงที่สร้างเครือข่ายในการประสานงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ในการสร้างบรรยากาศของการทำงานร่วมกันทั้งชุมชนและชาวบ้าน...” (สมชาย สังข์วงเสลา, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกสันทันเติบโตจากการเป็นชาวบ้านธรรมดาขยับมาเป็นผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และนายกตามลำดับ ทำให้นายกสันทันเข้าใจเข้าใจถึงชาวบ้านได้ง่ายและชาวบ้านก็สนิทสนมไว้วางใจมาก ๆ นายกสันทันมีแนวคิดในการสนับสนุนกลุ่มอาชีพต่างๆ ส่วนใหญ่จะทำอาชีพเกษตร ชาวสวน และล่าสุดคือที่นายกสันทันผลักดันก็เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งเป็นงานชิ้นใหญ่ที่ทำทนายและได้แรงสนับสนุนจากการรวมกลุ่มผู้ใหญ่บ้าน กำนันในการประสานงานกับชาวบ้านเห็นถึงประโยชน์ให้ทุกคนยอมรับและร่วมมือกัน ตัวนายกสันทันเองมีความจริงใจ จริงจัง รับฟังความคิดเห็นของชาวบ้าน ทุกข์ร้อนอะไรท่านให้ความช่วยเหลือเสมอ เวลาว่างการอะไรทั้งชาวบ้านและผู้นำชุมชนใน อบต.ให้ความเข้าใจวางใจเสมอ...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

3.1.3 วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาวิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย พบว่า 1) การวางแผนการเตรียมการและดำเนินการด้วยการลงพื้นที่เพื่อรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของเครือข่ายและประชาชนโดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการที่ทางองค์กรได้จัดเตรียมไว้ตามภารกิจของผู้บริหารองค์กร และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการในการพบปะพูดคุยกับเครือข่ายและประชาชนตามบริบทประเพณี วัฒนธรรมของสังคมท้องถิ่น 2) การพบปะพูดคุยและการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยง งานสัมมนาเกี่ยวกับเครือข่ายต่างๆ และสร้างความเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ เข้าด้วยกัน และ 3) การสนับสนุนเครือข่ายการให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา และให้ความสำคัญความสนิทเหมือนครอบครัวเดียวกัน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ลงพื้นที่ตรงไหน อย่างไร จะต้องมีการวางแผนงานวางไว้อย่างคร่าวๆ และแบ่งหน้าที่ในการทำงานกันในคณะผู้บริหารอย่างชัดเจน ก็ต้องเตรียมตัวทำการบ้านดูรายละเอียดงานกิจกรรมต้องพูดอะไรกับใคร ที่ไหนในเบื้องต้น ทั้งนี้การปฏิบัติหน้าที่ที่จะต้องแม่นยำจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องข้อมูลที่ต้องมีรายละเอียดเยอะพอสมควรในการพูดคุยชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้องได้เข้าใจและมองเห็นในสิ่งที่ต้องการเหมือนกัน ถ้าหากเป็นงานสังคมต่างๆ ก็ไม่ต้องเตรียมการอะไรมากมายก็จะไปตามหน้าที่ในฐานะผู้นำท้องถิ่นมากกว่าเขาให้ความสำคัญตรงนี้ก็แค่คุยสารทุกข์สุขดิบกันเรื่องราวต่างๆ ก็จะไม่ลงลึกมากนัก...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การเตรียมข้อมูลไว้ในมือประกอบคำชี้แจงในการพูดคุยกับเครือข่ายขององค์กรในที่ประชุม การวางแผนการลงพื้นที่พบเครือข่ายในการทำงานร่วมกันส่วนใหญ่เป็นการแสดงความคิดเห็นและความต้องการระหว่างกันหรือแม้แต่การหาช่องทางการสนับสนุนชุมชน เครือข่าย อาชีพที่พอจะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาเอามาพิจารณาดำเนินการอย่างไร...” (สินธพ อินทร์ดี, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ปกติแล้วแผนงานในการลงพื้นที่ก็จะมีกำหนดในฝ่ายบริหารการเตรียมเอกสารข้อมูลต่างๆ โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะจัดเตรียมไว้ให้ แต่หากการเข้าพบหรือการติดต่อโดยตรงในภารกิจอื่นที่ท่านนายกเป็นผู้รับเองท่านก็จะเป็นผู้จัดสรรเวลาเอง...” (สุภัทสร สวรรณา, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การลงพื้นที่เครือข่ายที่เป็นทางการในการทำงานขอความร่วมมือก็มีรูปแบบการประสานงานการวางแผนกิจกรรม การเตรียมงานให้ท่านนายกด้านข้อมูลต่างๆ ที่จะนำเสนอผู้คุยเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ลักษณะการเน้นย้ำความสำคัญของโครงการกิจกรรม และการร่วมแสดงความคิดเห็นกับเครือข่ายตัวแทนประชาชนตามกำหนดวาระการประชุมกับเครือข่ายกลุ่มใด...” (วิษณุ ภาณุพร, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เสนอแนะฟังความคิดเห็นร่วมกันในที่ประชุมเทศบาลฯเป็นผู้จัดการประชุมหน้าที่ของประธานชุมชนก็รับฟังจากชาวบ้านในชุมชนในการประสานต่อความต้องการอีกทอดหนึ่งให้ไปถึงเทศบาลฯ ซึ่งโดยปกติก็ไม่จำเป็นต้องรอการประชุมเพียงอย่างเดียวหากได้พบได้เจอนายกฯ สบโอกาสก็คุยได้นายกท่านเปิดโอกาสให้พูดคุยเสมอ...” (เสาวภา อินทรสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

“...มาเยี่ยมเยียนกันในฐานะเพื่อนฝูงปรึกษาหารือแนวทางการทำงานต่างๆ จริงๆ ก็เกือบทุกเรื่อง นายกสัมฤทธิ์ท่านให้ความเป็นกันเองเหมือนครอบครัวไม่ใช่กับผมแต่ท่านพูดคุยรับฟังกับทุกคนเหมือนกัน ท่านเป็นคนที่มีกิจกรรมทางสังคมมาก มีทั้งเครือข่ายทางสังคมการเมือง ธุรกิจ ชุมชน ล้วนนับถือน้ำใจเพราะท่านนายกสัมฤทธิ์ท่านมักให้ความช่วยเหลือสนับสนุนเกือบทุกอย่าง...” (ชัยพร เสงฆ์วัน, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

3.1.4 ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย พบว่า

- 1) การวางแผนและการจัดเตรียมแผนดำเนินการในการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายประชาชนทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ
- 2) การใช้เทคโนโลยีในการประสานเครือข่ายที่เหมาะสมกับเครือข่ายแต่ละระดับ
- 3) การจัดการเครือข่ายในระดับต่างๆ ด้วยการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายด้วยกัน
- 4) การควบคุมและดูแลรักษาเครือข่ายโดยการประสานประโยชน์และความต้องการร่วมกัน
- 5) การสร้างความไว้วางใจให้ตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเป็นผู้ประสานความต้องการกับประชาชน
- 6) การสร้างกิจกรรมการที่มีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมและมีโอกาสได้พบปะพูดคุยอย่างเป็นกันเอง

ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การมีข้อมูลการจัดเตรียมข้อมูลก่อนการลงพื้นที่พบปะประชุมชี้แจงทำความเข้าใจกับกลุ่มเครือข่าย และจะต้องพูดถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับซึ่งเป็นความต้องการของประชาชนส่วนรวม โดยอาศัยการวางระบบเครือข่ายการทำงานขององค์กรในการติดตามเชื่อมโยงสร้างกลุ่มเครือข่ายในหลายระดับให้มีความต่อเนื่องจากการวางแผนจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23มกราคม 2566)

“...นอกจากแผนงานที่เตรียมไว้แล้วการพูดคุยต้องสร้างบรรยากาศให้รู้สึกถึงความ เป็นกันเอง สร้างความสนิทสนมกับกลุ่มเครือข่ายทุกๆ เครือข่ายในองค์กรก็ถือว่าเป็นเครือข่ายการทำงานเช่นกันทุกอย่างล้วนสำคัญ ซึ่งความสำคัญในการรักษาประโยชน์ร่วมกันกับทุกกลุ่มเครือข่าย นั้นหมายถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมของประชาชน ทั้งนโยบายและโครงการกิจกรรมส่งเสริมต่างๆ ที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายที่ต้องกลับมาคิดทบทวนเข้าสู่ระบบการบริหารจัดการทำ อย่างไรให้สำเร็จ...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7กุมภาพันธ์ 2566)

“...การวางแผนเตรียมการที่สอดคล้องกับการทำงานขององค์กรในระดับแผน นโยบายต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายจากท่านนายกฯ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันในการดำเนินการ ในทางปฏิบัติ และส่วนสำคัญของผู้นำเครือข่ายทุกภาคส่วนที่มองเห็นความสำคัญในการสร้าง ประโยชน์ร่วมกันในการเสียดสละทำหน้าที่เพื่อส่วนรวม โดยทางเทศบาลฯมีระบบการติดต่อ ประสานงานกับเครือข่ายต่างๆ ตามลักษณะกิจกรรม กลุ่มอาชีพหรือการรวมกลุ่มต่างๆ เข้าด้วยกัน ด้วยการวางแผนประสานงานให้ตรงกับความต้องการของเครือข่ายและประชาชน...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7มีนาคม 2566)

“...การประสานงานจากการลงพื้นที่ของนายกและคณะผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับการประสานงานในทุกเครือข่ายองค์กร จากการติดต่อประสานงานทั้งด้วยตนเองและการประสานงาน ในระบบงานองค์กรในทุกช่องทางเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายประชาชนและองค์กรเข้าด้วยกันที่ช่วย

ผลักดันและสร้างเครือข่ายต่างๆ ให้เติบโตในการสร้างความร่วมแรงร่วมใจในการทำงานกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับองค์กรและเครือข่ายบรรลุผลสำเร็จได้...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18มกราคม 2566)

“...มีการประชุมประจำเดือนเรื่องราวต่างๆ นโยบายต่างๆ ที่ร่วมช่วยกันผลักดันกับห้องที่ การขอความร่วมมือจากผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อสม.ในการประสานถึงประชาชนในพื้นที่ในเรื่องราวกิจกรรมต่างๆ ก็ประสานกันไปมา ผู้ใหญ่บ้านและกำนันเองซึ่งเป็นเครือข่ายที่ต้องประสานงานกันตลอดมีอะไรก็ต้องพูดคุยต้องคุยสร้างความเข้าใจทั้งเรื่องงานบทบาทที่ต้องประสานเชื่อมโยงถึงชาวบ้านในพื้นที่ หากไม่เข้าใจตรงกันก็จะเกิดปัญหาที่จะถ่ายทอดถึงชาวบ้านไม่ได้ ผู้ใหญ่บ้านจึงเป็นตัวกลางในการประสานประโยชน์ของหมู่บ้านร่วมกันซึ่งไม่ใช่แค่หมู่บ้านเดียวแต่เป็นประโยชน์พื้นที่เทศบาลฯ ...” (วิทยา ชัยรักษ์, สัมภาษณ์, 10มกราคม 2566)

“...การเข้าถึงชาวบ้านทุกกลุ่มอาชีพ ทุกกลุ่มศาสนาที่มีความหลากหลายของความ เป็นท้องถิ่น นายกลุงชาได้มาพูดคุยสร้างความเข้าใจกับแต่ละชุมชนให้ความรู้สิทธิสนธิสนมรักบ้านเกิดร่วมกันพัฒนา เมื่อทุกคนเชื่อถือ เชื่อใจก็เกิดความร่วมมือเป็นกลุ่มเป็นก้อนร่วมประสานงานต่างๆ กิจกรรมต่างๆ ของอบต.จึงเกิดแรงสนับสนุนจากกลุ่มชุมชน และชุมชนกับชุมชนต่างสนับสนุนด้วยกันสร้างความเข้มแข็งเติบโตด้วยกัน...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14มีนาคม 2566)

3.1.5 การประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาการประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย พบว่า 1) การตรวจสอบ การประเมินจากเจ้าหน้าที่ขององค์กรทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณกับเครือข่ายและประชาชน 2) การประเมินตรวจสอบช่องทางการติดต่อสื่อสารด้านความสะดวก รวดเร็ว และการตอบสนองต่อเครือข่ายและประชาชน และ 3) การตรวจสอบการประเมินด้วยตัวเองของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ การสังเกตพฤติกรรมความพึงพอใจ ความต้องการของเครือข่ายและประชาชนด้วยวิธีการประเมิน ที่มาจากการพบปะพูดคุยและการเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การกระทำของเราเองส่งผลต่อพฤติกรรมของชาวบ้านให้เขาชื่นชอบเราหรือไม่ สังเกตได้ไม่ยากในการได้พบพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน อากาต่างๆ จะบ่งบอกออกมาทันที...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ในความหลากหลายของกลุ่มคน สังเกตได้จากท่าทีของเขา ความคิดความต้องการจะรู้สึกได้ถึงสิ่งที่เขากำลังพอใจหรือไม่พอใจกับการพูดคุย การตอบรับในสิ่งที่ลุงชากำลัง นำเสนอหรือเปล่า เข้าใจหรือไม่หรือเขาต้องการอะไร ทำอย่างไรเขาถึงเข้าใจ...” (ลินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การลงพื้นที่คลุกคลีกับเครือข่ายชาวบ้านได้ฟังข้อร้องเรียนร้องทุกข์ความต้องการ การแก้ปัญหาสารพัด สิ่งที่ทำให้พอใจได้คือคำพูดที่ทำให้รู้สึกเบาใจทำที่ท่าทางซึ่งขงก็ยิ้มได้ขึ้นมา...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ประเมินความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายการเผยแพร่ความรู้ที่รูปแบบเอกสาร การถามตอบ การสังเกตร่วมด้วย...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...การเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายต่างๆ มีแบบประเมินที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ในการวัดการประเมิน เช่น ความพึงพอใจ การรับรู้ การติดต่อประสานงาน เป็นต้น การประเมินมีหลายวิธีทั้งกรอกแบบฟอร์มเอกสาร ผ่านระบบออนไลน์ในการช่วยกรอกแบบสอบถามต้องขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมของเครือข่ายกิจกรรมจำเป็นต้องใช้การประเมินในรูปแบบไหนที่จะอำนวยความสะดวกรวดเร็วและตอบสนองต่อการรับบริการประเมินของกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมด้วย หากผู้เข้าร่วมจำนวนมากก็ใช้วิธีการสังเกตจำนวนผู้เข้าร่วมโดยประมาณ...” (มะลิ พุทธอนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ต้องดูว่ามีลักษณะกิจกรรมเครือข่ายนั้นมีความจำเป็นต้องประเมินหรือไม่ หากเป็นลักษณะเป็นทางการที่มีกิจกรรมเข้าข่ายตามแผนนโยบายก็มีการประเมินตามรูปแบบที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์ แต่ถ้าเป็นเพียงการประชุมเครือข่ายทั่วไปก็ไม่ประเมินเพียงแต่สร้างความเข้าใจให้เข้าไปในทิศทางเดียวกัน...” (พีไลพร หรดดา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

สรุปด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายรายละเอียด คือความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วย การลงพื้นที่พบปะกับเครือข่ายและประชาชนด้วยตัวเองอย่างสม่ำเสมอ การสร้างประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างเสียสละ การแบ่งการลงพื้นที่เครือข่ายในการทำงานร่วมกันหลายระดับ การช่วยเหลือผลักดันภารกิจให้สู่ความสำเร็จ การรับฟังปัญหาความต้องการและการแสวงหาแนวทางดำเนินการแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วน ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายและวางแผนการลงพื้นที่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลและความต้องการของกลุ่มเครือข่ายต่างๆ การสร้างช่องทางติดต่อสื่อสาร การเชื่อมโยงเครือข่ายและการชักนำเครือข่ายให้เข้าด้วยกัน และการรักษาความสัมพันธ์อันดี ให้รู้สึกไม่ถูกทอดทิ้งและเป็นที่ยอมรับ วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วย การวางแผนการเตรียมการและดำเนินการด้วยการลงพื้นที่ การพบปะพูดคุยและการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และการสนับสนุนช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วย การลงพื้นที่ในรูปแบบที่เป็นทางการและรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ การประสานเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีสื่อสาร การจัดการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายด้วยกัน การควบคุมและดูแลรักษาเครือข่าย การสร้างตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเป็นผู้ประสานความต้องการ และการสร้างกิจกรรมการที่มีส่วนร่วมการประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ประกอบด้วย การตรวจสอบการประเมินจากเจ้าหน้าที่การประเมินตรวจสอบช่องทางการติดต่อสื่อสาร และการตรวจสอบการประเมินด้วยตัวเองของผู้บริหารองค์กร

3.2 ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วย คือ (1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ (2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ (3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ (4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ และ (5) การประเมินกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.8 ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

3.2.1 ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ พบว่า 1) เน้นการลงพื้นที่การเผชิญหน้าด้วยการพบปะพูดคุยในการสร้างความสัมพันธ์ 2) การร่วมพูดคุยในการประชุมต่างๆ เวทีสาธารณะต่างๆ ขององค์กรและเวทีสาธารณะทั่วไป 3) การแสดงความคิดเห็นพูดคุยและการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว และ 4) การสร้างความสัมพันธ์จากการมีส่วนร่วมระดับภายในองค์กร เครือข่ายองค์กรและประชาชนในรูปแบบกิจกรรมที่เป็นทางการที่มีลักษณะกิจกรรมที่ถูกรูปแบบขององค์กรภายในและองค์กรเครือข่ายที่มีการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น กิจกรรมแข่งขันกีฬาภายใน กิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน เป็นต้น รูปแบบกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการที่มีลักษณะกิจกรรมตามบริบทของสังคม เช่น งานบุญ งานบวช งานขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น และมีการประชาสัมพันธ์ผ่าน

ช่องทางสื่อสารขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความ คิดเห็นดังนี้

“...คุยกันง่าย ๆ สบาย ๆ ให้ความเป็นกันเองกับลูกน้องเพื่อนร่วมงาน ผมเรียกประชุม บ่อยนั้งประชุมทั้งวงเล็กวงใหญ่ทั้งแนวคิดเรื่องงานหรือวันนี้มีอะไรต้องเร่งด่วนการหาหรือทำให้ เทศบาลเราขับเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยกัน...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...เวลาส่วนใหญ่ต้องทุ่มเทให้กับงานโดยเฉพาะการลงพื้นที่เกือบทุกวันก็ว่าได้ นายกับทีมงานแทบไม่มีวันหยุด งานประชุมวันหนึ่งอย่างน้อย ๆ ก็ 3-4 ที่ ไหนงานสังคมที่ขาดไม่ได้ ต้องจัดแจงเวลาวางแผนหาตารางเวลางานให้ลงตัว คนบ้านเรามีประเพณีความเชื่อว่าการมาร่วมงาน ไม่ว่าจะงานบวช งานศพ งานอะไร ๆ ชาวบ้านเขามักให้ความสำคัญว่า การไปร่วมงานได้เห็นหน้าถือว่าเป็น การให้เกียรติกัน...” (คนองศิลป์ ชิตกรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...มีบ้างขัดใจกันบ้างเป็นธรรมดาโดยรวมแล้วตัวนายเองก็ให้ความเป็นกันเองกับ ทุกคนทั้งข้าราชการประจำ พนักงาน ลูกน้องถือว่าเรามาทำงานร่วมกันเพียงแต่ต่างคนต่างหน้าที่หน้า หน้ากันไม่พันเหมือนลื่นกับพันกระทบกันบ้างเดียว ชาวบ้านก็เหมือนกันลงพื้นที่มีทั้งคนชอบและไม่ชอบ เราก็คุยกับเขาดี ๆ ให้ความจริงใจเดียวเขาก็รู้จักเรามากขึ้น บางครั้งเขาก็คิดไปเองว่านายกอย่างนั้น อย่างนี้แต่พอให้ได้คุยกันมากขึ้นสนิทกันมากขึ้นเขาก็กล้าพูดกล้าคุยสุดท้ายก็เปลี่ยนความคิดมาให้ ความเห็นบ้างเห็นด้วยกับประโยชน์ในโครงการต่าง ๆ ...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...การออกแบบกิจกรรมของเทศบาลเมืองทุ่งสงหลายรูปแบบและหลายลักษณะแต่ แน่นนอนว่าวัตถุประสงค์ข้อหนึ่งคือการสร้างความรักความสามัคคีทั้งในองค์กรเครือข่ายและประชาชน ...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...เป็นกันเองรู้สึกถึงความเป็นผู้ใหญ่ของท่าน เวลาทำงานท่านก็จะจริงจังมาก ๆ แต่ นอกเวลาก็สบาย ๆ คุยสนุก ในส่วนของ อบต.ท่าข้ามก็จะมีกิจกรรมกีฬา กิจกรรมตามวาระสำคัญ ทั้ง ของ อบต.ท่าข้ามร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ก็ดี...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การประชาสัมพันธ์ของทางเทศบาลพยายามสร้างประเด็นข่าวสารที่มีความ จำเป็นที่เป็นกิจกรรมงานต่างๆ ที่เกิดขึ้นในรอบวันให้ประชาชนเกิดการรับรู้ เข้าใจ รวมถึงการ ประสานงานต่างๆ ในการขอความร่วมมือตามช่องทางต่างๆ แล้วส่วนหนึ่งคือการสานสัมพันธ์ของ เทศบาลเมืองทุ่งสงกับประชาชนให้เกิดจากความรู้สึกถึงความคืบหน้าต่างๆ จากการทำงานของ เทศบาลที่พยายามขับเคลื่อนไปข้างหน้า...” (พิพัฒน์ มากกำเหนิด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การทำงานมักมีความผูกพันก็ด้วยความตั้งใจของท่านนายกที่เอาใจใส่ท้องที่ ยาม เดือดร้อนมองเห็นปัญหาหาทางช่วยแก้ไข การที่ท่านนายกได้ลงมาร่วมกิจกรรมต่างๆ กับชาวบ้าน

สร้างความเป็นกันเองให้กลายเป็นความรู้สึกผูกพันกันแบบส่วนตัว...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

“...ท่านมาจนถึงถึงบ้าน ขาดเหลืออะไรจะให้ช่วยอะไรชุมชนบ้าง ชุมชนมีกิจกรรม ท่านลงมาเอง กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของจังหวัดสตูลมีทั้งปี ตรงกับความ ต้องการของชาวบ้านที่กำลังเปิดเมืองท่องเที่ยว ชาวบ้านได้ทำมาค้าขายลืมตาอ้าปากได้...” (สุโหล โพร้ดก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

3.2.2 ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ พบว่า 1) การลงพื้นที่พบปะพูดคุยในการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นหลักที่เน้นสร้างความเข้าใจ การรับฟังเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ 2) การเตรียมการลงพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจกับประชาชน และ 3) การดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ด้วยการวางแผนกิจกรรมขององค์กรและกิจกรรมทางบริบททางสังคมงานประเพณีวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์กับกลุ่มต่างๆ ในการสร้างความพึงพอใจและไว้วางใจ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เข้าหาชาวบ้านการเข้าไปอำนวยความสะดวกช่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกิดพูดคุยการประสานงานการแสดงความคิดเห็นและการแสดงถึงความต้องการของกันและกัน ลงซาจึงได้นำแนวคิดและความคิดเห็นต่างๆ ของชาวบ้านมาเป็นองค์ประกอบการนำเสนอในการวางแผนกิจกรรมนโยบายต่างๆ ที่สนับสนุนเอื้อประโยชน์ระหว่าง อบต.ทำข้ามกับชุมชนและขยายความร่วมมือกับองค์กรภาคีเครือข่ายอื่นๆ เข้ามาช่วย...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...เน้นความเข้าใจความร่วมมือการเอื้อประโยชน์ต่อกันที่จะขับเคลื่อนนโยบายตามแผนงาน เอาแผนงานมาทางประชุมพูดคุยลงพื้นที่เป็นไปตามกระบวนการทำงานผลประโยชน์ตรงกับความต้องการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ได้ชาวบ้านก็ไว้วางใจความสัมพันธ์ที่ดีก็เกิด...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...เดินไปตามแผนกิจกรรมกำหนดการต่างๆ ที่ได้วางไว้ทั้งหน้าทำงานสังคม ปฏิเสธไม่ได้ว่าการทำหน้าที่ของนายกคือต้องพร้อมทำหน้าที่ได้ตลอด 24 ชั่วโมง...” (ธนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ในแผนงานประจำปีมีกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์การช่วยเหลือความร่วมมือทั้งของเทศบาล ชุมชน อสม. ปกครองท้องที่รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ อาจจะแยกออกเป็นหลายๆ กิจกรรมแล้วแต่กลุ่มกิจกรรมตามแผนงาน...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...การทำงานของเจ้าหน้าที่ข้าราชการประจำและผู้บริหารที่จะวางแผนการทำงานร่วมกันอยู่แล้ว ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารที่เชื่อมโยงกันจะส่งเสริมการมีส่วนร่วม ประชุมวางแผนงาน วิเคราะห์ปัญหาตลอดจนการปฏิบัติงานและการประเมินผลต่างๆ ...” (วีรัญญา เทพบุรี, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...งานขมจีนหม้อยักษ์เป็นงานที่ทุกชุมชนกับเทศบาลเมืองทุ่งสงร่วมกันจัดทุกชุมชนให้ความร่วมมือสร้างชื่อเสียงสนุกสนานรู้สึกภูมิใจเมื่อเห็นความสำเร็จในการจัดงาน ถือว่าเป็นการเชื่อมโยงที่ให้ชุมชนได้มีบทบาทร่วมงานครั้งใหญ่กับเทศบาล...” (เสาวภา อินทรสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

“...นอกจากผลงานของท่านนายกแล้วก็จะมีความผูกพันในการได้พบได้พูดคุยจากการลงพื้นที่เยี่ยมเยือนชุมชนที่ท่านนายกให้ความเอาใจใส่ทำให้กลุ่มชุมชนเกิดความรู้สึกที่ดีไว้วางใจท่าน...” (สุไพล โปธีก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

3.2.3 วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาวิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ พบว่า 1) การวางแผนการสร้างความสัมพันธ์ที่ชัดเจนและดำเนินการตามการวางแผนกิจกรรมขององค์กรเพื่อการพบปะพูดคุยกระชับความสัมพันธ์กับเครือข่ายทุกระดับ ได้แก่ กิจกรรมภายในองค์กร กิจกรรมเครือข่ายองค์กร กิจกรรมกลุ่มผู้นำชุมชนกลุ่มอาชีพต่างๆ 2) การลงพื้นที่กิจกรรมตามบริบทของสังคม ประเพณีและวัฒนธรรม 3) การดำเนินการตามแผนงานที่มีการจัดการไว้ล่วงหน้า และรูปแบบภารกิจที่ต้องปฏิบัติหน้าที่กะทันหันโดยให้ความสำคัญกับความจำเป็น ความต้องการ ความสัมพันธ์ส่วนตัว และความเหมาะสม 4) การสร้างและเปิดโอกาสระหว่างเครือข่ายประชุมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การพูดคุยการถ่ายทอดเรื่องราวสารทุกข์สุกดิบระหว่างกัน 5) การสร้างสัมพันธ์ให้รู้สึกสนิทสนมจากช่องทางติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการสร้างกลุ่มเครือข่ายสัมพันธ์ และ 6) การเสริมสร้างกลุ่มเครือข่ายประชาชนระหว่างกลุ่มต่างๆ มาทำงานร่วมกันหรือการเชื่อมโยงกลุ่มของเครือข่ายองค์กรในพื้นที่เดียวกัน ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ต้องลำดับความคิดก่อนจะพูดจะทำอะไรต้องเอาใจเขามาใส่ใจเราไม่ว่ากับคนในที่ทำงานก็ดีคนนอกก็ดีชาวบ้านก็ดีเขาจับตาดูเราอยู่ ฉะนั้นการผูกไมตรีถ้อยทีถ้อยอาศัยกันเป็นสิ่งสำคัญ เวลาไปร่วมงานต่างๆ ถือว่าเขาให้เกียรติเราไป เราต้องหาเวลาไปหรือส่งตัวแทนไปทำตัวง่ายๆ สบายๆ อย่าไปแล้วสร้างความลำบากใจให้กับเจ้าภาพ ไปแล้วเจอคนโน้นคนนี่เป็นโอกาสที่ได้พูดคุยกันมากขึ้น...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ปรับตัวกับกิจกรรมต่างๆ ของเทศบาล ซึ่งภารกิจเป็นไปตามตารางแผนจัดไว้ล่วงหน้าทั้งงานราชการ งานพี่น้องประชาชน งานเร่งด่วนที่เข้ามาแทรกต้องดูความจำเป็นก่อนหลังอันไหนต้องเลื่อน...” (ชนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ก็จะเน้นการได้พูดคุยให้เข้าใจกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องงานเรื่องอื่นๆ ที่มีความข้องเกี่ยวกับผลประโยชน์ของนโยบาย เมื่อมีโอกาสพูดคุยชี้แจงก็พยายามสร้างความเข้าใจกับทุกคนทุกฝ่าย ตัวนายกเองไม่ได้อยู่สำนักงานตลอดเวลามีโอกาสตอนไหนก็พูดคุยทันทีทั้งเรื่องงานเรื่องส่วนตัวทุกซุขมีอะไรคุยก็คุยกันไป งานต่างๆ ไม่ได้สำเร็จตรงที่โต๊ะประชุมต้องอาศัยการทำงานติดตามติดต่อกับหลายคนหลายฝ่ายร่วมพูดคุยทั้งในรอบและนอกรอบ...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การสร้างบรรยากาศของการทำงานตามแผนดำเนินกิจกรรมที่ได้เตรียมไว้ กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลร่วมกับเครือข่ายและประชาชนเพื่อให้รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมกันเหมือนครอบครัวที่ต้องช่วยเหลือกันในทุกพื้นที่ และการมีช่องทางติดต่อในการส่งข่าวสารทั้งระหว่างเทศบาล เครือข่ายและประชาชนทั่วไปโดยแยกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะกลุ่มเครือข่าย...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...หากเป็นความสัมพันธ์ภายในต้องสร้างการยอมรับและการให้เกียรติกัน ซึ่งใน อบต.ท่าข้ามภายใต้การบริหารของลุงชา มีลักษณะเป็นแบบนี้ ส่วนของความสัมพันธ์กับเครือข่ายและประชาชนอาศัยแผนกิจกรรมโครงการพัฒนาต่างๆ ในการสร้างการมีส่วนร่วมจากหลายฝ่ายที่จะก่อให้เกิดกิจกรรมโครงการได้ และส่วนหนึ่งก็ต้องมาจากความสามารถของลุงชาที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับเครือข่ายต่างๆ มาช่วยดูเป็นที่ปรึกษาแนะนำในการขับเคลื่อนต่างๆ ...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ท่านมาช่วยเหลือชาวบ้านร่วมมือกับชาวบ้าน คือทุกรูปแบบทั้งเรื่องส่วนตัว เรื่องเดือดร้อน เรื่องส่วนรวม ชุมชน บอกนายกกันทั้งนั้น มีอะไรนึกถึงนายกสินก่อน...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...เวลาลงพื้นที่มาเยี่ยมท่านนายกส่งยิ้มมาแต่ไกลทักทายพูดคุยกับพี่น้อง พูดกันคือว่าเหมือนชาวบ้านทั่วไปถามไถ่สารทุกข์สุกดิบกัน ท่านค่อนข้างคุยสนุกและจริงจังกับคำพูด...” (สุโศล โพธิ์ดก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

3.2.4 ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์พบว่า 1) การกำหนดสร้างความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชนเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและการสนับสนุนในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร เครือข่ายและประชาชน 2) การมีพื้นที่สำหรับการรับฟังร่วมคิดร่วมตัดสินใจและการให้เกียรติเพื่อให้เกิดการยอมรับ ความเชื่อมั่นและความร่วมมือไปสู่ทิศทางเป้าหมายเดียวกัน 3) การวางแผนสร้างการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร เครือข่ายและประชาชนด้วยแผนกิจกรรมขององค์กรและภารกิจตามบริบทของสังคม 4) การใช้การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางในการสนับสนุนเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นรวมถึงการเติบโตและความสำเร็จของการสร้างความพึงพอใจความต้องการของกันและกัน และ 5) การสร้างเสริมความสัมพันธ์ในการดำเนินการและการปฏิบัติให้แข็งแกร่งและยาวนานยิ่งขึ้น ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...แผนงานที่มีความเชื่อมโยงของเทศบาลในการออกแบบกิจกรรมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและเข้ามารับผิดชอบงานในบางส่วนร่วมกันจะทำให้ทิศทางของการทำงานกับความต้องการของชาวบ้านเป็นทิศทางเดียวกัน...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในโครงการที่จะเกิดได้เข้ามาร่วมวางแผน ร่วมคิดกัน ตัดสินใจนำมาสู่การยอมรับและผลักดันสนับสนุนให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม...” (สัมฤทธิ์ เสียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เครือข่ายการทำงานของ อบจ. สตูล ครอบคลุมทั้งจังหวัดจึงต้องมีลำดับเครือข่ายต่างๆ ในการประสานพึ่งพาอาศัยทั้งระดับผู้บริหารในส่วนภาคราชการที่จะต้องมีความรู้แนวทางการปฏิบัติในการสร้างความร่วมมือต่อกันเพื่อให้เกิดบรรลุผลในเป้าหมายนั้นๆ ซึ่งหมายถึงความแข็งแกร่งและการเติบโตของภาครัฐที่ตอบสนองความต้องการและการไว้วางใจที่มีต่อภาคราชการทุกหน่วยงาน...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...การสร้างให้มีพื้นที่ที่สามารถแสดงความคิดเห็นไม่ว่าจะเป็นทางของชุมชนหน่วยงาน องค์กรที่มีบทบาทต่างๆ ในพื้นที่ของเทศบาล ซึ่งเทศบาลมีแผนงานวาระการประชุมกิจกรรม โครงการต่างๆ ในการเชื่อมโยงเครือข่ายได้มีการพูดคุยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเมืองทุ่งสงให้น่าอยู่นอกจากนี้ก็มีการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางในการเสริมสร้างการรับรู้ระหว่างเทศบาลเมืองทุ่งสงกับประชาชน...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การให้เกียรติกันในการทำงานของผู้บริหารและฝ่ายราชการในการเสริมสร้างสนับสนุนการทำงานร่วมกันเพื่อส่วนรวมในการออกนโยบายโครงการและแผนงานต่างๆ ที่ก่อประโยชน์

กับประชาชนและเป็นที่ยอมรับในผลงานที่ได้ดำเนินการทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีกับชาวบ้าน ...” (มะลิ พุทธถนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ท่านนายกเป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิมเป็นที่รักของชาวบ้าน มีความใกล้ชิดสนิทสนม เข้ากับผู้คนได้ง่าย มีสัมมาคารวะกับผู้เฒ่าผู้แก่ ท่านเป็นนายกที่ให้ความสำคัญกับที่ทำงานซึ่งเป็น วัฒนธรรมองค์กรที่ต้องแต่งตัวตามระเบียบราชการและงานกิจกรรมต่างๆ ที่ได้วางกำหนดไว้ ท่าน ทำงานเป็นกันเองจริงใจและเอื้อเฟื้อเมตตาต่อทุกคน...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ความเป็นกันเอง จริงใจและการมอบมิตรภาพให้กันทำให้ใครๆ ก็รักนายกสิน การแสดงกิริยาท่าทางท่านเวลาได้พบพูดคุยกันก็เป็นเหมือนชาวบ้านทั่วไปคุยสนุกมีหลักการแบบผู้นำ และท่านไม่ถือตัว...” (สุวัฒน์ ดาวเรือง, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

3.2.5 การประเมินกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาการประเมินกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ พบว่า 1) การตรวจ ประเมินผลจากเจ้าหน้าที่องค์กรในการกำหนดความสัมพันธ์ทั้งภายในองค์กรและประชาชนในพื้นที่ 2) การวิเคราะห์สภาพความสัมพันธ์จากการสำรวจประเมินความสัมพันธ์ในปัจจุบัน จุดเด่นจุดด้อย ของความสัมพันธ์ของประชาชนในพื้นที่ 3) การประเมินตรวจสอบช่องทางการประเมินการสร้างความสัมพันธ์และการติดตามการประเมินผลความสัมพันธ์ด้วยตัวชี้วัดความพึงพอใจความไว้วางใจ ของประชาชนในพื้นที่ 4) การนำผลการประเมินการสร้างความสัมพันธ์มาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ การสร้างความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และ 5) การประเมิน จากผู้บริหารองค์กรด้วยตนเองจากพฤติกรรมในการตอบรับของประชาชนในพื้นที่เพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขให้เป็นไปตามความต้องการ รู้สึกถึงความพึงพอใจและความไว้วางใจจากประชาชน ดังผู้ให้ข้อมูล หลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...พื้นที่ตรงไหนชาวบ้านเขาอยากคุย ไม่อยากคุย พอใจหรือไม่พอใจ เหมือนเราไป บ้านเขาแล้วเขาต้อนรับหรือไม่ต้อนรับสังเกตได้...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เรื่องของความรู้สึกจะวัดกันจริงๆ ในระดับลึกซึ้งคงไม่ได้ เราเองอาจต้องประเมิน ตัวเองด้วยซ้ำว่าต้องปรับปรุงปรับตัวกับชาวบ้านยังไง ทำอย่างไรถึงสร้างความพึงพอใจกับเขาได้...” (คนองศิลป์ ชิตกรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ความไว้นื้อเชื่อใจของชาวบ้านสังเกตจากการพูดคุยสนทนาเป็นเครื่องมือวัด อย่างดีที่บ่งบอกถึงความพอใจหรือต้องแก้ไขอะไร...” (ชนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ความร่วมมือไม่ร่วมมือต่างๆ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อบต. กับประชาชนที่สามารถวิเคราะห์ได้จากกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีจุดเด่นจุดด้อยของกิจกรรมที่จะต้องพัฒนา ทั้งรูปแบบกิจกรรมและความต้องการของประชาชนในพื้นที่...” (สุภัทสรุ สวรรณา, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ตัวชี้วัดของการประเมินความสัมพันธ์อาจเป็นผลโดยรวมของกิจกรรมจากความร่วมมือที่จะต้องตรวจสอบผลประเมินทั้งหมดที่บ่งบอกถึงความพึงพอใจด้วยภาพรวมทั้งหมด...” (ไพไลพร หรรุคคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...อาจเห็นภาพรวมๆ ของผู้เข้าร่วม ซึ่งนอกจากแบบประเมินที่ต้องทำและ ออกแบบให้เหมาะสมหากต้องวัดความสัมพันธ์ในบางกิจกรรม เราอาจประเมินจากรอยยิ้มและเสียง หัวเราะก็ได้ ในงานกิจกรรมต่างๆ ที่มีความหลากหลายการมีกลุ่มชาวบ้าน กลุ่มเครือข่ายมาร่วมทำ กิจกรรมด้วยกันแน่นอนว่าสิ่งที่ต่อบริษัทจะไม่เหมือนกันทุกกิจกรรม...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

สรุปด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายรายละเอียด คือ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้าง ความสัมพันธ์ประกอบด้วย เน้นการลงพื้นที่การเผชิญหน้าด้วยการพบปะพูดคุยการเข้าร่วมการประชุม และเวทีสาธารณะต่างๆ การพูดคุยและการทำความเข้าใจก็เป็นการส่วนตัว และการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ภายในองค์กร เครือข่ายองค์กรและประชาชน ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ประกอบด้วย การลงพื้นที่พบปะพูดคุยเน้นสร้างความเข้าใจและการรับฟัง การเตรียมการลงพื้นที่โดยมี วัตถุประสงค์สร้างความเชื่อมั่นและวางใจกับประชาชน และการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ด้วยการ วางแผนกิจกรรมกับกลุ่มต่างๆ วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ประกอบด้วย การ วางแผนกิจกรรมขององค์กรชัดเจนการลงพื้นที่กิจกรรมตามบริบทของสังคม การดำเนินการตาม แผนงานและความจำเป็นกะทันหัน การสร้างและเปิดโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน การมีช่องทางติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและการเสริมสร้างกลุ่มเครือข่ายมาทำงาน ร่วมกันในพื้นที่เดียวกัน ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ประกอบด้วย การ กำหนดสร้างความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชนการมีพื้นที่สำหรับการรับ ฟังร่วมคิดร่วมตัดสินใจ การวางแผนสร้างการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ การใช้การประชาสัมพันธ์ทุก ช่องทางในการสนับสนุนเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการสร้างเสริมความสัมพันธ์ให้แข็งแกร่งและ ยาวนานยิ่งขึ้น การประเมินกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ประกอบด้วย การตรวจสอบประเมินผลจาก เจ้าหน้าที่องค์กรการวิเคราะห์สภาพความสัมพันธ์ การประเมินตรวจสอบช่องทางการประเมิน การนำ ผลการประเมินการสร้างสัมพันธ์มาปรับปรุง และการประเมินจากผู้บริหารองค์กรด้วยตนเอง จากพฤติกรรมในการตอบรับของประชาชนในพื้นที่

3.3 ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย คือ (1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม (2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม (3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม (4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และ (5) การประเมินกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม โดยสรุปเป็นแผนภูมิรายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.9 ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

3.3.1 ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม พบว่า 1) กิจกรรมที่เป็นกิจกรรมกับภายในองค์กรเครือข่ายองค์กร และประชาชนในพื้นที่มีลักษณะกิจกรรมที่เป็นทางการส่วนใหญ่เกี่ยวกับเรื่องของประเพณีวัฒนธรรม กิจกรรมวันสำคัญกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ของแต่ละองค์กรและเครือข่ายองค์กรมีการประสานกิจกรรมและการเข้าร่วมด้วยกัน เป็นต้น 2) กิจกรรมที่ไม่เป็นทางการส่วนใหญ่เป็นงานของประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทของสังคมแต่ละพื้นที่ เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานบุญ งานศพ เป็นต้นโดยผู้บริหารองค์กรให้การส่งเสริมความร่วมมือการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายและประชาชน และ 3) การพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ประชุมแผนระดับจังหวัดเพื่อเชิญผู้นำท้องถิ่น ท้องที่โดยที่ทางเราอบจ. เป็นเจ้าภาพ ซึ่งกิจกรรมโดยโครงการที่จัดร่วมกันจะเป็นงานประเพณี วัฒนธรรม วันสำคัญ ทั้งเป็นงานของส่วนราชการเองและงานที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรม...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนให้มีความน่าสนใจและหลายกลุ่มอาชีพ ซึ่งต้องบอกว่าเน้นการส่งเสริมด้านต่างๆ จากการสำรวจข้อมูลของผู้นำท้องที่ว่าชาวบ้านอยากจะทำอะไร ต้องการอะไร แล้วทำเป็นโครงการออกมา แต่ถ้าส่วนตัวก็ลงพื้นที่ที่บ้านเราเรียกว่าเดินงานพบปะทั่วไปตามประเพณีของคนในพื้นที่ งานบวช งานศพ คนได้เขาถือว่าเป็นงานคือการให้เกียรติกัน...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...รูปแบบกิจกรรมของเทศบาลให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอาชีพ เสริมสร้างทักษะ ส่งเสริมสุขภาพ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเทศบาลและชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยแยกกิจกรรมตามที่ต้องการของผู้คนในพื้นที่ โดยผลการประชุมสอบถามความต้องการที่มีประธานชุมชนได้ข้อมูลสรุปมา และกิจกรรมที่มีในแผนงานของเทศบาล เช่น งานทำบุญเดือนสิบ งานสงกรานต์ ที่ทำกันทุกปีและได้การตอบรับจากประชาชนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...อบต. ทำข้ามเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของศาสนาโดยเฉลี่ยศาสนาพุทธและศาสนาอิสลามอย่างครึ่งๆ การจัดงานจึงมีทั้งส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีที่มีความแตกต่างกัน ทั้งสองศาสนาภายใต้การทำงานร่วมกันโดยมี อบต. ทำข้ามและผู้นำท้องที่เป็นแกนหลักสำคัญในการประสานกิจกรรมและการส่งเสริมด้านอาชีพตามความถนัดและการส่งเสริมทักษะอาชีพต่างๆ เช่น เลี้ยงผึ้ง เพาะเห็ด...” (นันทฉัตร คยถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...กิจกรรมของเทศบาลเมืองทุ่งสงมีเยอะมาก ประธานชุมชนทำหน้าที่สำรวจความต้องการของคนในชุมชนเพื่อนำเสนอเทศบาล ซึ่งเทศบาลจะมีโครงการส่งเสริมตามชุมชนที่นำเสนอไป บางครั้งก็มีโครงการที่ทำร่วมกันและเหมือนกันกลายเป็นแข่งขันกันสนุกดี ยังมีอีกหลายกิจกรรมทั้งผู้สูงอายุ สงกรานต์ เดือนสิบที่ทางเทศบาลฯ จัดให้ชาวบ้านได้มีส่วนร่วม อีกไม่กี่วันก็เป็นงานวิ่งการกุศลงานนี้เป็นงานใหญ่ที่ท่านนายกให้ความสำคัญชาวทุ่งสงคาดว่าจะเข้าร่วมกันมาก...” (เสาวภา อินทรสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

“...ในทุกเดือนก็จะมีการประชุมของผู้ใหญ่บ้านและกำนันร่วมกับเทศบาลฯ ในการนำเรื่องร้องเรียนในพื้นที่การประสานโครงการงานกิจกรรมของเทศบาล กิจกรรมที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นส่งเสริมอาชีพ เสริมสร้างทักษะให้ชาวบ้าน และงานกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรมศาสนาเป็นตัวเชื่อมชาวบ้านเข้าด้วยกัน...” (ประยูร จักรัส, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

3.3.2 ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมพบว่า 1) การวางแผนรูปแบบและลักษณะกิจกรรมตามความสนใจของเครือข่ายโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมระยะเวลา งบประมาณ และมีรูปแบบกิจกรรมมีลักษณะของกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมสังสรรค์เพื่อความสนุกสนาน กิจกรรมฝึกทักษะ กิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์และความเข้มแข็งของเครือข่าย และ 2) การรวบรวมข้อมูลตามต้องการความถนัดและความสนใจของเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ปัจจุบันมีกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพมากขึ้นและให้ความสนใจกับประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งทาง อบต. ทำข้ามได้มาออกแบบและกำหนดการกิจกรรมต่างๆ ตามความสนใจของชาวบ้านเพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมให้ครอบคลุมตามแผนนโยบายต่างๆ ...” (สินธพ อินทรรัตน์, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ใน 1 ปีมีแผนกิจกรรมของ อบจ.สตูลที่จัดอยู่ภายในกับเครือข่ายต่างๆ ซึ่งในจำนวนหนึ่งมีทั้งงานสังสรรค์ปีใหม่ สงกรานต์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กันของประชาชนทุกพื้นที่ คนสตูลมีความสนใจกิจกรรมงานส่งเสริมอาชีพ กิจกรรมทักษะอาชีพที่สามารถสร้างเสริมรายได้กับครอบครัวและกิจกรรมจัดงานสินค้าท้องถิ่นอาศัยประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ เป็นตัวเชื่อม ทั้งหมดต้องผ่านการประชุมกำหนดรูปแบบระยะเวลาและงบประมาณที่คุ้มค่าที่สุด ยังไม่รวมถึงกิจกรรมขององค์กรอื่นๆ ที่เชิญ อบจ.สตูลเข้าร่วมทั้งของภาคราชการและกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่...” (สิมฤทธิ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...กิจกรรมไม่มีอะไรซับซ้อนสิ่งที่ต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ งบประมาณ และความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก งานกิจกรรมไม่จำเป็นต้อง อบจ. เป็นเจ้าภาพแต่อาจช่วยผลักดันให้ความร่วมมือกับกิจกรรมหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลัก ...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...กิจกรรมบางกิจกรรมทำต่อเนื่องมายาวนานอาจจำได้ไม่หมด ซึ่งทั้งหมดเกิดจากการรวบรวมความต้องการของคนในพื้นที่เกิดการปรับปรุงกิจกรรมบางกิจกรรมก็ยกเลิกไปก็มีหรือการเริ่มทำกิจกรรมใหม่ๆ ก็มีการรวบรวมข้อมูลความต้องการความเป็นไปได้ทั้งวัตถุประสงค์ งบประมาณ และความต้องการของชุมชน กิจกรรมที่มีความยาวนานจะเป็นกิจกรรมที่แฝงไปด้วยประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้านที่ชาวบ้านในพื้นที่ได้ทำกันอยู่แล้วทางเทศบาลเพียงแต่ได้เข้าไปสนับสนุนให้เป็นรูปแบบและสร้างความน่าสนใจมากขึ้น...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ในแผนกิจกรรมต่างๆ ของที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในการส่งเสริมอาชีพ ซึ่งได้จากเวทีประชาคมของการประชุมผู้นำท้องที่นำความต้องการของชาวบ้านมานำเสนอสู่แผนดำเนินการ

ร่วมกับเทศบาลและส่วนแผนงานกิจกรรมของเทศบาลฯ ที่รับนโยบายจากหน่วยงานอื่น เช่น การลดขยะของโครงการ อบจ. ก็จะลงไปขับเคลื่อนร่วมมือกับผู้นำท้องที่ประสานงานการอบรมความรู้ให้ชาวบ้านได้นำไปใช้และตอบสนองนโยบายตามเป้าประสงค์ตามกำหนด โดยปกติกิจกรรมทั้งภาครัฐที่เป็นของ เทศบาลฯ และหน่วยงานตามสายบังคับบัญชาอื่นทางเทศบาลฯ ก็จะดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดการระยะเวลาต่างๆ ในการประสานความร่วมมือซึ่งกันและกัน...” (ปิยะวิทย์ รักหนู, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

3.3.3 วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาวิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ประกอบด้วย การดำเนินการกิจกรรมให้เกิดผลในทางปฏิบัติการสร้างกิจกรรม พบว่า 1) การทบทวนแผนกิจกรรมให้ทุกคนที่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินการเข้าใจถึงแต่ละขั้นตอนและผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน 2) การดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างรอบคอบและมีแนวทางการปรับปรุงแก้ไขตามสถานการณ์จริงของกิจกรรมเพื่อให้กิจกรรมลุล่วงตามวัตถุประสงค์ และ 3) การติดตามตรวจสอบและประเมินผลหลังจากดำเนินการกิจกรรมแล้วเสร็จเพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมเป็นตามแผนงานที่ได้บรรลุวัตถุประสงค์ ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ทบทวนแผนดำเนินงานกิจกรรมดูบทบาทหน้าที่ว่าตัวลุงซาเองจะต้องทำอะไรบ้าง ลักษณะงานที่จัดมีกิจกรรมอะไรอย่างไรบ้าง ต้องแต่งตัวแบบไหนถึงเหมาะสม หน่วยงานต้องไปพบเจอใครทุกอย่างต้องเตรียมแผนเตรียมความพร้อม...” (สินธพ อินทร์ดี, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ในแต่ละวันภารกิจกิจกรรมทั้งส่วนราชการและลงพื้นที่ต่างๆ มากมาย งานแต่ละงานมีลักษณะที่มีความแตกต่างกันตัวนายกต้องพร้อมตลอดเวลา การวางแผนต่างๆ ในการปฏิบัติหน้าที่ภายใต้เวลาที่จำกัด อย่างสมมุติว่ามีกิจกรรมสัก 3 งานต้องวางแผนทั้งเรื่องเวลา การการแต่งกายและข้อมูลต่างๆ หรือการแบ่งหน้าที่กันทำในคณะผู้บริหารตามลำดับความสำคัญ...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...แผนกิจกรรมและขั้นตอนต่างๆ จะถูกทบทวนก่อนดำเนินการในทางปฏิบัติที่จะต้องเตรียมความพร้อมและแนวทางแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่น ไฟฟ้าดับ สถานที่จัดงานเกิดปัญหาต้องมีแผนสำรองอย่างน้อย 1 แผนงานและต้องมีผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนในการประสานงานเพื่อให้กิจกรรมดำเนินการลุล่วงตามเป้าหมาย การติดตามตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมทุกครั้ง...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การประสานงานตามแผนดำเนินการนำไปสู่ในทางปฏิบัติอย่างรอบคอบและตรวจเช็คขั้นตอนต่างๆ...” (สุภัทสรุ สวรรณา, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรงตามแนวทางการบริหารงานก็จะมีการวางแผนงานการแบ่งงานกันทำของคณะผู้บริหารหลายท่านมีหน้าที่รับผิดชอบจากการมอบหมายของท่านนายก กระบวนการต่างๆ ก็มีการทบทวนทำความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ในส่วนของการวางแผนงานกิจกรรมก่อนการดำเนินการสร้างความเข้าใจร่วมกันก่อนทุกครั้งให้รอบคอบรอบด้าน...” (วิชานาคนาบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

3.3.4 ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม พบว่า

- 1) การวางแผนการสร้างกิจกรรมที่ครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่ ตรงกับความต้องการของสมาชิกเครือข่ายที่ต้องการเข้าร่วม ตรงกับวัตถุประสงค์ของเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพของกิจกรรมสูงสุด
- 2) การมีผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ทั้งภายนอกองค์กรและภายในองค์กรในการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์เพื่อช่วยให้กิจกรรมเกิดความสำเร็จและเกิดความเชื่อมั่นต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 3) การใช้บุคลากรเครือข่ายจากภายนอกองค์กรมาช่วยส่งเสริมเชื่อมโยงในการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมั่นในองค์กร
- 4) การสร้างพื้นที่ร่วมกันในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมความร่วมมือ สร้างความรับผิดชอบของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง
- 5) การใช้เทคโนโลยีเข้ามาประสานงานในกิจกรรมและ
- 6) การประเมินผลเพื่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการและการตรวจสอบผลการดำเนินงาน และการนำผลการประเมินมาปรับปรุง แก้ไข และหาแนวทางพัฒนากิจกรรมครั้งต่อไป ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...แผนงานที่วางไว้มีความเชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ทั้งผู้ใหญ่บ้าน กำนัน กลุ่มอาชีพต่างๆ และประชาชนได้แสดงความคิดเห็นความต้องการในกระบวนการต่างๆ ของเทศบาลไม่ว่าเวทีประชาคม การประชุมหรือแม้แต่ได้รับฟังจากการลงพื้นที่มาประกอบทำให้เกิดแผนดำเนินงานเป็นโครงการต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง...” (ธนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ทางเทศบาลได้สร้างกิจกรรมต่างๆ ให้มีความครอบคลุมทุกด้านที่ตอบสนองพี่น้องประชาชนชาวทุ่งสง โดยโครงการกิจกรรมต่างๆ เป็นนโยบายแผนงานที่เกิดจากความร่วมมือของพี่น้องชาวทุ่งสงเครือข่ายต่างๆ ให้ความยอมรับสนับสนุนเสมอมา ซึ่งทางเทศบาลเมืองทุ่งสงได้มีการใช้บุคลากรที่มีความชำนาญมาช่วยเป็นที่ปรึกษาต่างๆ เพื่อให้กิจกรรมโครงการเกิดผลสัมฤทธิ์ในทางปฏิบัติในบางกิจกรรมอีกด้วย...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...การออกแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจและตรงต่อความต้องการของประชาชน ซึ่งลักษณะกิจกรรมสามารถสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกันและกันได้ทั้งยัง ส่งเสริมความร่วมมือ สร้างความรับผิดชอบและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายภาคประชาชน กิจกรรมภายในที่ให้ ผู้บริหารและบุคลากรทำกิจกรรมร่วมกันก็จะมีแผนงานของเทศบาลเอง เช่น งานปีใหม่ สงกรานต์ หรือแม้แต่กิจกรรมการพัฒนาบุคลากรภายในที่นำผู้ที่มีประสบการณ์จากภายนอกมาสร้างมาให้ความรู้ อบรมต่างๆ แล้วยังก่อให้เกิดบรรยากาศที่สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดความสามัคคีมีพลังในงานที่ทำร่วมกันมากขึ้น...” (พิพัฒน์ มากำเหนิด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ความเหมาะสมของกิจกรรมที่เกิดผ่านการวางแผนออกแบบจากฝ่ายแผนงาน และนโยบายที่ตรงกับความต้องการของประชาชนและสมาชิกของกลุ่มต่างๆ ที่เข้าร่วมมาสู่ความร่วมมือทั้งภายในเครือข่ายของเทศบาลและประชาชนทั่วไปโดยการประสานงานและติดตามผลทั้งในระบบที่อยู่เดิมคือการเข้าร่วมประชุมในการประสานงานและการประชุมเชิงแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ส่งข้อมูลข่าวสารถึงกันในกลุ่มไลน์กิจกรรมของผู้นำชุมชน ผู้นำกิจกรรมกลุ่มต่างๆ เพื่อเกิดความร่วมมือทั้งก่อนดำเนินการวางแผนติดตามแผนต่างๆ ร่วมกันและไปจนถึงการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนากิจกรรมต่างๆ ให้ดีขึ้น ...” (มะลิ พุทธอนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ความสำเร็จของกิจกรรมคือกิจกรรมที่เป็นที่ต้องการของผู้เข้าร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่ได้วางไว้ทั้งรูปแบบของกิจกรรมภายใน อบจ. และกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง เพราะการที่เรามองเห็นความต้องการของผู้เข้าร่วมเป็นหลักจะนำมาซึ่งความสำเร็จที่ผ่านการออกแบบและวางแผนจนเป็นโครงการต่างๆ ที่ยึดหลักดำเนินการตามวัตถุประสงค์ในการสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมมีความสนใจอยากมีส่วนร่วมหรือแม้แต่โครงการต่างๆ ที่ อบจ. ไม่สามารถเป็นเจ้าของกิจกรรมได้ก็ได้เป็นฝ่ายสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ เท่าที่ระเบียบราชการจะดำเนินการได้ ซึ่งทาง อบจ.เองพยายามอย่างยิ่งที่จะสร้างกิจกรรมต่างๆ ให้ครอบคลุมความต้องการของประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดให้เป็นไปตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์และความคุ้มค่าในการจัดงบประมาณที่มีความจำกัด...” (จินตนา กาญจนรัตน์, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

3.3.5 การประเมินกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาการประเมินกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม พบว่า 1) การประเมินผลการวางแผน การดำเนินงาน การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการนำผลการประเมินกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันมาเปรียบเทียบให้ดูความสอดคล้องในการวางแผน การดำเนินงาน การกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ 2) การออกแบบการประเมินผลกิจกรรมมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีต่างๆ ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณจากตัวชี้วัดที่ได้กำหนดไว้ และ 3) การวิเคราะห์และการประเมินผลกิจกรรม

การดำเนินงานการปฏิบัติงานนำผลมาสู่การประเมินเพื่อจัดทำรายงานความสำเร็จ ข้อดี ข้อเสีย ของกิจกรรมและการนำไปปรับปรุงกิจกรรมในครั้งต่อไป ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การตรวจประเมินรับฟังความคิดเห็นต่างๆ ความพึงพอใจในการบริหารของ เทศบาลและการรับรู้การดำเนินงานของประชาชนโดยวัดผลจากกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ ...” (นันทมิตรค์ ยกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การตรวจประเมิน ITA. ท้องค์กรผ่านการประเมินถือว่ารอบด้านและรางวัลที่ได้รับเป็นตัววัดผลการประเมินผลของความสำเร็จขององค์กร รายงานการประเมินต่างๆ จะถูกมา เทียบเคียงและการนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น...” (บุณิกา สุวรรณโณ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เจ้าหน้าที่ทำแบบสอบถามทั้งเอกสารและแบบออนไลน์ มีทั้งการลงพื้นที่เก็บ ข้อมูลจากประชาชนและการทำการประเมินผ่านประชาสัมพันธ์เครือข่ายออนไลน์...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...ประเมินจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายการเผยแพร่ความรู้ทั้ง รูปแบบเอกสาร การถามตอบ การสังเคราะห์ด้วย...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...วางแผน และออกแบบวัตถุประสงค์ทำการประเมินเป็นงานที่ได้รับมอบหมาย จากนายก ความสำคัญคือการประเมินตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการประเมินในรูปแบบ เอกสาร ออนไลน์ การลงพื้นที่สอบถาม และการประเมินในขณะที่ทำกิจกรรมลักษณะสอดแทรกคำถาม โดยผู้ดำเนินรายการกิจกรรมซึ่งมีลักษณะคำถามแบบมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นทำนองนั้น...” (มะลิ พุทธถนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...การเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายต่างๆ มีแบบประเมินที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ในการวัดการประเมิน เช่น ความพึงพอใจ การรับรู้ การติดต่อประสานงาน เป็นต้น การประเมินมี หลายวิธีทั้งกรอกแบบฟอร์มเอกสาร ผ่านระบบออนไลน์ในการช่วยกรอกแบบสอบถามต้องขึ้นอยู่กับ ว่ากิจกรรมของเครือข่ายกิจกรรมจำเป็นต้องใช้การประเมินในรูปแบบไหนที่จะอำนวยความสะดวก รวดเร็วและตอบสนองต่อการรับบริการประเมินของกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมด้วย หากผู้เข้าร่วมมีจำนวนมาก ก็ใช้วิธีการสังเกตจำนวนผู้เข้าร่วมโดยประมาณ...” (มะลิ พุทธถนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ตัวชี้วัดของการประเมินความสัมพันธ์อาจเป็นผลโดยรวมของกิจกรรมจากความ ร่วมมือที่จะต้องตรวจสอบผลประเมินทั้งหมดที่บอกถึงความพึงพอใจด้วยภาพรวมทั้งหมด...” (พิไลพร หรรุคคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ต้องดูว่ามีลักษณะกิจกรรมมีความจำเป็นต้องประเมินหรือไม่ หากเป็นลักษณะ เป็นทางการที่มีกิจกรรมเข้าช่วยตามแผนนโยบายก็มีการประเมินตามรูปแบบที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์

แต่ถ้าเป็นเพียงการประชุมเครือข่ายทั่วไปก็ไม่ประเมินเพียงแต่สร้างความเข้าใจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน...” (พิไลพร หรุดคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ความร่วมมือไม่ร่วมมือต่างๆ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อบต. กับประชาชนที่สามารถวิเคราะห์ได้จากกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีจุดเด่นจุดด้อยของกิจกรรมที่จะต้องพัฒนาทั้งรูปแบบกิจกรรมและความต้องการของประชาชนในพื้นที่...” (สุภัทสร สวรรณา, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...เจ้าหน้าที่ออกแบบสอบถามมาให้แสดงความคิดเห็นมีทั้งแบบที่เข้าร่วมกิจกรรมมาถามถึงบ้านก็มี...” (สมชาย สังข์วงศา, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2566)

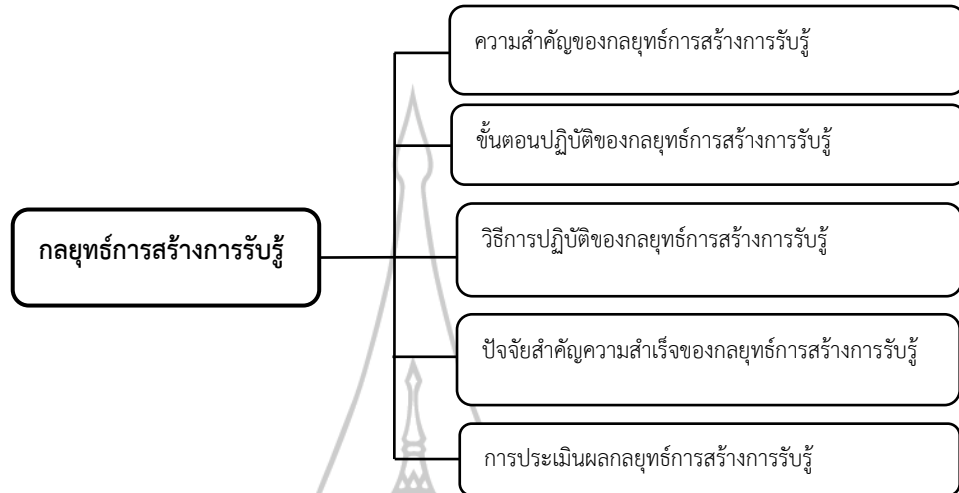
“...แบบประเมินมีเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่สอบถามชาวบ้าน บางครั้งก็มอบหมายให้ทำการสำรวจต่างๆ ผ่านผู้ใหญ่บ้าน อสม.เป็นคนประสานแบบประเมิน แบบประเมินมีหลายรูปแบบในเพจส่งผ่านไลน์มาก็มี...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

สรุปด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมรายละเอียด คือ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม และกิจกรรมของแต่ละองค์กร กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทของสังคมแต่ละพื้นที่ และการพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย การวางแผนรูปแบบและลักษณะกิจกรรม และการรวบรวมข้อมูลตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย การทบทวนแผนกิจกรรมแต่ละขั้นตอนและผู้รับผิดชอบการดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างรอบคอบ และการติดตามตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรม ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย การวางแผนการสร้างกิจกรรมที่ครอบคลุมทุกด้าน การมีผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินการ การใช้บุคลากรเครือข่ายจากภายนอกองค์กรมาช่วยส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นในองค์กร การสร้างพื้นที่ร่วมกันในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาประสานงานในกิจกรรมและการประเมินผลตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพการประเมินกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย การนำผลการประเมินกิจกรรมที่คล้ายคลึงกันมาเปรียบเทียบให้ดูความสอดคล้องในการวางแผนกิจกรรม การประเมินผลมีตัวชี้วัดที่ได้กำหนดไว้ และการวิเคราะห์ผลมาสรุปการประเมินความสำเร็จ

3.4 ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วย คือ (1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ (2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ (3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ (4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ และ (5) การประเมินกลยุทธ์

การสร้างการรับรู้ โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.10 ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

3.4.1 ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ พบว่า 1) การลงพื้นที่ด้วยตัวเองอย่างสม่ำเสมอในการสร้างความเข้าใจเพื่อให้เกิดการรับรู้ความต้องการและความทุกข์ร้อนกับชาวบ้านในพื้นที่ 2) การนำเสนอผลการดำเนินงานชี้แจงแนวทางการแก้ปัญหาผ่านการประชุมขององค์กรเครือข่ายในพื้นที่ 3) การใช้ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร และ 4) การฝากข่าวให้เครือข่ายองค์กรที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กรช่วยประชาสัมพันธ์ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เน้นการลงพื้นที่และกิจกรรมต่างๆ ในการพูดคุยกับชาวบ้านในพื้นที่นั้นๆ ในการสอบถามปัญหาต่างๆ ความต้องการในพื้นที่มีอะไรบ้าง นโยบายต่างๆ ของ อบจ. ต้องทำทั้งจังหวัด มองเห็นเป็นภาพกว้างต้องให้ความสำคัญกับการรับฟังความต้องการ ความเดือดร้อนผ่าน สจ. ที่เป็นตัวแทนของพื้นที่และเป็นกระบอกเสียงในการทำงานร่วมกันกับประชาชนในพื้นที่กลับมาช่วยฝ่ายบริหาร...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...สิ่งที่ประชาชนคาดหวังกับนักการเมืองท้องถิ่นคือการได้พูดคุยสัมผัสและรู้สึกว่าการเมืองที่ได้เลือกเข้าไปไม่ทอดทิ้ง นายกขจึงให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่ในการมีโอกาสได้พูดคุยบอกกล่าวเรื่องราวการทำงานผลงานต่างๆ อะไรต่อมีอะไรต่างๆ รวมทั้งการได้รับฟังจากปากชาวบ้านให้มากที่สุด...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ผมให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่ร่วมงานสังคัมกับชาวบ้านทำให้ใกล้ชิดและเห็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดและเขาต้องการได้มากกว่า...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ส่วนตัวลุงเขาเองจะลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนหมู่บ้านคลุกคลีกับชาวบ้านนำข้อมูลเข้าไปพูดคุยกับชาวบ้านให้เข้าใจเรื่องที่เป็นประโยชน์นโยบายต่างๆ ของ อบต. ทำข้ามเรื่องฉิบาละ ทั่วๆ ไปก็ได้เห็นมุมมองของชาวบ้านได้อีกมุม...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การบริหารงานสื่อสารที่ต้องใช้เทคโนโลยี แบ่งออกเป็นระดับต่างๆ ออกไปซึ่งโดยปกติใช้ไลน์กลุ่มกับระดับหัวหน้าฝ่าย กลุ่มไลน์กองงานต่างๆ อาจจะมีปลีกย่อยตามภารกิจเฉพาะเกิดขึ้น รวมถึงกลุ่มไลน์ของประธานชุมชนต่างๆ ในส่วนของประชาชนทั่วไปก็มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เพจเพชบุรี อินสตาแกรม ยูทูป ติ๊กต็อก ซึ่งล่าสุดก็มีไลน์โอเอมาใช้ในการประสานร้องเรียนรับเรื่องร้องทุกข์ต่างๆ ของประชาชนในพื้นที่...” (พิพัฒน์ มากำเหน็ด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ต้องให้ความสำคัญกับข่าวสารนโยบาย การแก้ปัญหา ข่าวสารทั่วไปที่เป็นประโยชน์และข่าวสารที่ต้องสร้างความเข้าใจทันด่วนกับสังคัม มันมีผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ อบจ.สตูลในการทำงานของคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกคน...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...นำเรื่องราวความต้องการของชาวบ้านมาประชุมร่วมกันประจำทุกเดือนร่วมกับกำนัน ผู้ใหญ่บ้านหรือแม้แต่ อสม.กลุ่มตัวแทนชาวบ้านในการหาแนวทางแก้ไขร่วมกับเทศบาลตำบลโคกหล่อว่ามีแนวทางไหนบ้าง...” (วิทยา ชัยรักษ์, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ประชุมปรึกษาหารือทั้งในระบบส่วนตัวแล้วแต่โอกาสส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายของพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบเดี๋ยวนี้สะดวกหากเป็นเรื่องความเดือดร้อนส่วนตัวร้องเรียนที่สำนักงานโทรไปหรือผ่านกลุ่มไลน์...” (สมศักดิ์ เทพกุล, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2566)

“...ผลดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของอบต. อาศัยการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายในการเผยแพร่ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้และการเข้าถึงข่าวสารของประชาชนได้มากที่สุด ในส่วนที่ 2 จะเป็นการประชุมประจำเดือนกับส่วนที่เกี่ยวข้องต่างๆ ผ่านการชี้แจงประสานและแจ้งให้ทราบ เจ้าหน้าที่สงขลา...” (นันทณรงค์ ยกถาวร, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

3.4.2 ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ พบว่า 1) การวางแผนดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการ แก้ปัญหา ความก้าวหน้าของ

การดำเนินงานต่างๆ เผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่มากที่สุด 2) การกำหนดการจัดกิจกรรมและการประชุมต่างๆ โดยมีผู้บริหารองค์กรได้ใช้โอกาสในการพบปะ พูดคุย และสอดแทรกสร้างการรับรู้ในเรื่องราวต่างให้แก่สมาชิกผู้ร่วมประชุมทั้งในระดับองค์กร ชุมชน เครือข่ายและประชาชน 3) การแถลงผลงานประจำปีไปเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ 4) การฝากข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและเสียงตามสายของผู้นำชุมชนและเครือข่ายวิทยุในพื้นที่ และ 5) การลงพื้นที่ของผู้บริหารองค์กรอย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ทั้งในรูปแบบของการปฏิบัติหน้าที่และภารกิจหน้าที่ตามบริบทของสังคม ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

“...ทำตามแผนงานในแต่ละวันทั้งกิจกรรม การประชุม การลงพื้นที่พบปะชาวบ้าน ตามคูงานโครงการต่างๆ ...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เน้นการลงพื้นที่และกิจกรรมต่างๆ ในการพูดคุยกับชาวบ้านในพื้นที่นั้นๆ ในการสอบถามปัญหาต่างๆ ความต้องการในพื้นที่มีอะไรบ้าง...” (วิสุทธิ ธรรมเพชร, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...นายกฯจึงให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่ในการมีโอกาสได้พูดคุยบอกกล่าว เรื่องราวการทำงานผลงานต่างๆ อะไรต่อมื่อะไรต่างๆ รวมทั้งการได้รับฟังจากปากชาวบ้านให้มากที่สุด...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...การลงพื้นที่ร่วมงานสังคมกับชาวบ้านทำให้ใกล้ชิดและเห็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดและเขาต้องการได้มากกว่า...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ส่วนตัวลุงตนเองจะลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนหมู่บ้านคลุกคลีกับชาวบ้านนำข้อมูลเข้าไปพูดคุยกับชาวบ้านให้เข้าใจเรื่องที่เป็นประโยชน์นโยบายต่างๆ ของ อบต. ท้าข้ามเรื่องจิปาถะทั่วๆ ไปก็ได้เห็นมุมมองของชาวบ้านได้อีกมุม...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...ข่าวงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ซึ่งปกติแล้วจะมีข่าวที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบายต่างๆ ความคืบหน้าของการแก้ปัญหาและอื่นๆ ที่ต้องนำเสนอในการกระจายข่าวให้ถึงประชาชนในพื้นที่ตามความจำเป็น เทศบาลเมืองทุ่งสงมีช่องทางในการส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนเกือบทุกช่องทางโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต วิทยุเสียงตามสาย ป้ายไว้นิล ในบางครั้งอาจมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ต้องอาศัยข่าวโทรทัศน์ รายการวิทยุที่ให้ท่านนายกฯนำเสนอต่างๆ ก็จะมีการเตรียมการเขียนสคริปต์คร่าวๆ ให้ท่านนายกฯได้เข้าใจ ผมเองมองว่าตัวท่านนายกฯคือเป็นตัวแทนของทุกคนที่ทำงานในเทศบาลเมืองทุ่งสงซึ่งเป็นผู้นำและผู้บริหารในการถ่ายทอดภาพลักษณ์และการ

แสดงวิสัยทัศน์ในโอกาสสำคัญๆ ผ่านช่องทางสื่อที่ถึงชาวบ้านในพื้นที่อย่างแท้จริง...” (พิพัฒน์ มากำเหน็ด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...งานประชาสัมพันธ์ถือเป็นหัวใจหลักที่สร้างการรับรู้สู่ชาวบ้านและชุมชน ได้อย่างทั่วถึง อบจ.สตูลมีแผนดำเนินงานต่างๆ ของงานประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่โดยมีช่องทางการสื่อสารของอบจ.ทั้งรูปแบบออนไลน์ ป้ายโฆษณา รถแห่ และรายการวิทยุของอบจ.สตูลเอง เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ที่มีมากจึงได้มีการแบ่งหน้าที่กันทำในการผลิตข่าวสารต่างๆ และการกระจายข่าวสารส่งต่อถึงประชาชนชาวสตูลให้ได้มากที่สุด บางครั้งที่ข่าวสำคัญก็จะต้องอาศัยรายการวิทยุชุมชนในพื้นที่อื่นๆ หรือการฝากข่าวกับผู้นำชุมชนช่องกระจายข่าวเสียงตามสายในพื้นที่ นอกจากนี้ก็จะมีข่าวที่ผลิตออกมาตามภารกิจของท่านนายกฯที่มีภารกิจประจำทุกวันแล้ว ทางอบจ.สตูลก็จะให้ความสำคัญกับผลดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะการแถลงผลงานประจำปีของอบจ.สตูลที่พยายามให้ประชาชนชาวสตูลรับรู้มากที่สุด...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...การสร้างกระบวนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอนโดยอาศัยประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงประชาชนทุกรูปแบบ ที่เป็นกิจกรรมองค์กร ภารกิจ และนโยบายในทุกๆ ด้านและการอาศัยเครือข่ายของกลุ่มต่างๆ ในงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานนั้นๆ เช่น อสม.ผู้ใหญ่กำนันซึ่งถือว่าเป็นสื่อกลางในการสร้างการรับรู้และเข้าใจไปยังประชาชนในพื้นที่ได้ดีที่สุด อันที่จริงแล้วท่านนายกฯจะมีการแถลงผลงานประจำปีของทางเทศบาลแจ้งให้ประชาชนทราบเป็นการทั่วไปอยู่แล้วซึ่งทางงานประชาสัมพันธ์ก็จะดำเนินการถ่ายทอดในช่องทางต่างๆ ซึ่งความพลีภัยของรายละเอียดข่าวสารผลดำเนินงานต่างๆ และภารกิจของท่านนายกฯและผู้บริหารท่านอื่นๆ สรุปมาเป็นวันๆ และข่าวสารที่จะต้องแจ้งให้ทราบและมีส่วนอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในพื้นที่...” (มะลิ พุทธอนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...นายกฯประสานงานเกี่ยวกับโครงการที่ทำมาบ่อยๆ ว่าชาวบ้านได้รับประโยชน์จริงหรือไม่...” (นงลักษณ์ ผลชนะ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

“...ประชุมอะไรก็แจ้งให้ลูกบ้านทราบทันที ผมมีหอกระจายข่าวอยู่ที่บ้านหรือถ้ามีงานมีการอะไรของชุมชนก็จะใช้โอกาสนั้นในการบอกกล่าวทันที จริงแล้วถ้าชาวบ้านสนใจติดตามข่าวในหมู่บ้านในตำบลของตนเอง เดี่ยวนี้สามารถติดตามได้เยอะแยะทั้งเฟซฯ ทั้งไลน์ นายกฯเองก็มาหา มาเยี่ยมในหมู่บ้านอยู่บ่อย ...” (ปราโมทย์ ไทยฤทธิ, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ผู้นำท้องที่ ผู้นำท้องถิ่นมีการเข้าประชุมในส่วนราชการต่างๆ มีส่วนไหนที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านในท้องที่ก็มีขั้นตอนการประชุมลูกบ้านประจำเดือนทุกๆ เดือน ในทางหมู่บ้านเองก็มีการแจ้งข่าวสารต่างๆ จากหอกระจายข่าวบ้าง แจ้งข่าวทางกลุ่มไลน์ซึ่งมีทั้งข่าวสารทั่วไปข่าวที่จำเป็น ข่าวสารที่มาจากหน่วยงานอื่นฝากมา...” (เจริญ แก้วมณี, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2566)

3.4.3 วิธีปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาวิธีปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ พบว่า 1) การวางแผนการลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานในการพบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่และการลงพื้นที่เป็นการส่วนตัวตามภารกิจหน้าที่ในบริบทสังคมท้องถิ่น 2) การวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้เกิดความเข้าใจและการตอบสนองความต้องการขององค์กรที่มีต่อประชาชนในพื้นที่ 3) การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและการให้เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ขององค์กรไปสู่ประชาชนในพื้นที่ 4) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับผลงานนโยบายต่างๆ สอดแทรกในกิจกรรมขององค์กร 5) การนำเสนอข่าวสารและการฝากข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น วิทยุชุมชนและเสียงตามสาย เป็นต้น และ 6) การนำเสนอพูดคุยด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรในภารกิจตามบริบทของสังคมในพื้นที่ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...นอกจากนั้นเป็นหน้าที่ของนายกที่ต้องมีหน้าที่ปฏิบัติตามแผนงานกิจกรรมต่างๆ ในการได้ร่วมพูดคุยกับพี่น้องประชาชน เครือข่ายและผู้นำชุมชนในการสร้างความเข้าใจในการรับรู้ร่วมกัน...” (ทรงชัย วงษ์วัชรดำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...ก็ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทหน้าที่สร้างความเข้าใจในการพูดคุยทั้งที่ทำงานและกับชาวบ้าน โดยเฉพาะชาวบ้านเราต้องใส่ใจตั้งใจฟังเรื่องที่เกี่ยวข้องความต้องการของเขาให้มาก...” (สินธพ อินทร์ตัน, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การลงพื้นที่ร่วมงานสังคมกับชาวบ้านทำให้ใกล้ชิดและเห็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดและเขาต้องการได้มากกว่า...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...นายกฯจึงให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่ในการมีโอกาสได้พูดคุยบอกกล่าวเรื่องราวการทำงานผลงานต่างๆ อะไรต่อมิอะไรต่างๆ รวมทั้งการได้รับฟังจากปากชาวบ้านให้มากที่สุด...” (สัมฤทธิ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...การสร้างกระบวนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอนโดยอาศัยประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงประชาชนทุกรูปแบบ ที่เป็นกิจกรรมองค์กร ภารกิจ และนโยบายในทุกๆ ด้านและการอาศัยเครือข่ายของกลุ่มต่างๆ ในงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานนั้นๆ เช่น อสม.ผู้ใหญ่กำนันซึ่งถือว่าเป็นสื่อกลางในการสร้างการรับรู้และเข้าใจไปยังประชาชนในพื้นที่ได้ดีที่สุด...” (มะลิ พุทธถนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...ข่าวงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์ซึ่งปกติแล้วจะมีข่าวที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบายต่างๆ ความคืบหน้าของการแก้ปัญหาและอื่นๆ ที่ต้องนำเสนอในการกระจายข่าวให้ถึงประชาชนในพื้นที่ตามความจำเป็น เทศบาลเมืองทุ่งสงมีช่องทางในการส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนเกือบทุกช่องทางโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต วิทยุตามสาย ป้ายไว้นิล ในบางครั้งอาจมี

กิจกรรมอื่นๆ ที่ต้องอาศัยข่าวโทรทัศน์ รายการวิทยุที่...” (พิพัฒน์ มากำเหน็ด, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...อบจ.สตูล มีแผนดำเนินงานต่างๆ ของงานประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่โดยมีช่องทางการสื่อสารของ อบจ. ทั้งรูปแบบออนไลน์ ป้ายโฆษณา รถแห่ และรายการวิทยุของ อบจ. สตูลเอง เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ที่มีมากจึงได้มีการแบ่งหน้าที่กันทำในการผลิตข่าวสารต่างๆ และการกระจายข่าวสารส่งต่อถึงประชาชนชาวสตูลให้ได้มากที่สุด...” (วิชา นาคบรรพต, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ความสัมพันธ์กับเครือข่ายและประชาชนอาศัยแผนกิจกรรมโครงการพัฒนาต่างๆ ในการสร้างการมีส่วนร่วมจากหลายฝ่ายที่จะก่อให้เกิดกิจกรรมโครงการได้...” (สุกัญญา อวระภาค, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

“...งานที่ทุกชุมชนกับเทศบาลเมืองทุ่งสงร่วมกันจัด ทุกชุมชนให้ความร่วมมือสร้างชื่อเสียงสนุกลูกหลานรู้สึกภูมิใจเมื่อเห็นความสำเร็จในการจัดงาน...” (เสาวภา อินทรสุวรรณ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2566)

“...นอกจากผลงานของท่านนายกแล้วก็จะมีความผูกพันในการได้พบได้พูดคุยจากการลงพื้นที่เยี่ยมเยือนชุมชนที่ท่านนายกให้ความเอาใจใส่ทำให้กลุ่มชุมชนเกิดความรู้สึกที่ดีไว้วางใจท่าน...” (สุไหล โปธิ์ดก, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

3.4.4 ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ พบว่า

- 1) เน้นการถึงประชาชนโดยตรงคือการลงพื้นที่พบปะและการประชาสัมพันธ์องค์กร
- 2) การกำหนดวางแผนกิจกรรมขององค์กรมีการสอดแทรกสร้างการรับรู้ข่าวสารและผลงานนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นแก่ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องที่ และประชาชนในพื้นที่เกิดการยอมรับและสร้างความเข้าใจร่วมกัน
- 3) แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตามยุคสมัยตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่ และ
- 4) การมีเทคนิคการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรกับประชาชนในการสร้างการรับรู้ ยอมรับ และเกิดความนิยมของตนด้วยวิธีการสื่อสารที่แยบยล ดึงผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...การเข้าถึงชาวบ้านโดยตรงในการสร้างความเข้าใจ รับทราบปัญหาและความต้องการต่างๆ ของคนในพื้นที่...” (คนองศิลป์ ชิตกรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ในการลงพื้นที่ต่างๆ ชาวบ้านไม่ได้ไหลตามน้ำกับเราทุกอย่าง เราเองก็ต้องมีเทคนิควิธีการพูดโน้มน้าวค่อยๆ สร้างความเข้าใจทีละเล็กทีละน้อยจนเขายอมรับฟังไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ค่อยแบ่งปันเรื่องราวที่จะให้ได้รับรู้ตามโอกาสเวลาที่เหมาะสมและสร้างความน่าสนใจ

ผนวกเข้ากับกิจกรรมที่ชาวบ้านมีความสนใจเข้าร่วมด้วย...” (ธนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...กิจกรรมต่างๆ ถือเป็นการสร้างการรับรู้ระดับองค์กร เครือข่ายและประชาชน ชาวเทศบาลเมืองทุ่งสงร่วมกันซึ่งภายในกิจกรรมมีทั้งตัวนายกฯ เองหรือไม่ก็ตัวแทนเป็นผู้เข้าร่วม กิจกรรมมาพบปะพูดคุยต่างๆ ในทุกกิจกรรม ซึ่งนอกจากเป็นการกิจหน้าที่ของผู้บริหารแล้วเป็นส่วน หนึ่งโอกาสของนายกฯ ที่สร้างความเข้าใจให้กับผู้ร่วมกิจกรรมได้ดีที่สุด และในส่วนองงาน ประชาสัมพันธ์ทางกองงานและทีมงานที่รับผิดชอบได้พยายามเรียนรู้และพัฒนาการต่างๆ เพื่อให้ ชาวสารเป็นที่น่าสนใจทันสมัยและเป็นช่องทางที่ประชาชนได้เข้าถึงมากที่สุด...” (ทรงชัย วงษ์วัชร คำรง, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2566)

“...นโยบายต่างๆ รวมถึงกิจกรรมเป็นผลงานเป็นส่วนสำคัญหนึ่งในการสร้างการ ยอมรับกับชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลโคกหล่อเป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ที่มีความสำคัญและจำเป็นกับคนในพื้นที่ในทุกช่องทางต่างๆ ในการ กระจายข่าวได้ทั่วถึง และท่านนายกฯ เองก็สื่อสารกับชาวบ้านตามภารกิจของท่านเองที่มีแผน กิจกรรมต่างๆ ของเทศบาลฯ ได้กำหนดไว้ทั่วถึงในทุกพื้นที่ นอกจากนี้ภารกิจของท่านนายกฯ ที่ไม่ใช่ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับเทศบาลฯ ท่านเองก็ลงพื้นที่พบปะชาวบ้านด้วยตัวท่านเองเพียงแต่ไม่ใช่เป็น ภารกิจในการประชาสัมพันธ์ในการทำข่าวเผยแพร่ของสำนักงาน...” (มะลิ พุทธอนอม, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...การนำข่าวสารต่างๆ ผ่านกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีการต่างๆ ของ องค์กรทั้งการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเผยแพร่สู่ประชาชนผ่านช่องทางการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์ การ อาศัยผู้ใหญ่บ้านกำนันซึ่งเป็นเครือข่ายทำงานร่วมกับอบต. และการนำเสนอโดยท่านนายกในฐานะ ผู้บริหารพบปะพูดคุยสร้างการรับรู้และเข้าใจผ่านกิจกรรมที่อบต. ได้จัดขึ้นและจากการลงพื้นที่ของ เจ้าหน้าที่ตามภารกิจในความรับผิดชอบของอบต. ...” (สุภัสสรา สุวรรณ, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

3.4.5 การประเมินกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาการประเมินกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ พบว่า 1) การประเมิน การรับรู้จากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรโดยการกำหนดตัวชี้วัดวิธีต่างๆ เช่น สสำรวจความคิดเห็น สัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการตรวจสอบข้อมูลจากระบบต่างๆ ที่องค์กรได้กำหนดในการ ประชาสัมพันธ์ 2) การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลกับเป้าหมายที่กำหนดไว้เพื่อเปรียบเทียบ ประสิทธิภาพในการสื่อสาร 3) การนำผลการประเมินมาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและปรับปรุงกลยุทธ์การรับรู้ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป และ 4) ผู้บริหารองค์กรเป็นผู้

ประเมินการรับรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่พร้อมทั้งหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่อง ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...พื้นที่ตรงไหนชาวบ้านเขายากคุย ไม่อยากคุย พอใจหรือไม่พอใจ เหมือนเราไปบ้านเขาแล้วเขาต้อนรับหรือไม่ต้อนรับสังเกตได้...” (สัมภาษณ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...ผลการประเมินทุกส่วนมีผลต่อนโยบายการแก้ปัญหาและความต้องการของประชาชน ผลประเมินเหล่านี้ต้องตกผลึกทางความคิดในทุกมิติจากการบริหารงานของ อบจ.สตูล ซึ่งถูกนำมาวิเคราะห์และใช้ประโยชน์สูงสุดและผลประโยชน์ต้องตกกับประชาชนได้มากที่สุด...” (สัมภาษณ์ เลียงประสิทธิ์, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2566)

“...เรื่องของความรู้สึกจะวัดกันจริงๆ ในระดับลึกซึ่งคงไม่ได้ เราเองอาจต้องประเมินตัวเองด้วยซ้ำว่าต้องปรับปรุงปรับตัวกับชาวบ้านยังไง ทำอย่างไรถึงสร้างความพึงพอใจกับเขาได้...” (คนองศิลป์ ชิตรกุล, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ความไว้นื้อเชื่อใจของชาวบ้านสังเกตจากการพูดคุยสนทนาเป็นเครื่องมือวัดอย่างดีที่บ่งบอกถึงความพอใจหรือต้องแก้ไขอะไร...” (ธนกฤต ภูมิมาตร, สัมภาษณ์, 10 มกราคม 2566)

“...การรับรู้รับทราบในภาคประชาชนไม่ใช่แค่ส่วนของงานประชาสัมพันธ์แค่ส่วนเดียวแต่เป็นงานต่างๆ ที่มีการประเมินจากทุกภาคส่วนจะถูกนำสู่การประชุมเพื่อนำเสนอคณะผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายต่างๆ รับทราบ และพิจารณาในการดำเนินการอย่างไรต่อไป...” (วรัญญา เทพบุรี, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“...ตัวชี้วัดของการประเมินด้านการรับรู้ข่าวสารของประชาชนในส่วนของงานประชาสัมพันธ์ซึ่งมีตัวชี้วัดต่างๆ ในรูปแบบผลของการประเมินในแบบต่างๆ เช่น สัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการตรวจสอบข้อมูลจากระบบต่างๆ ที่องค์กรได้กำหนดในการประชาสัมพันธ์จะถูกรวบรวมข้อมูลที่ได้ผ่านการวิเคราะห์เข้าที่ประชุมร่วมกันเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในกองงานนั้นๆ กับนำผลการประเมินไปดำเนินการต่อไป...” (พิไลพร หรุคคา, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2566)

“...การประเมินการรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของทุกกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรงซึ่งผลการประเมินผลในทุกมิติจะถูกรวบรวมใช้ในการพัฒนาในการทำงานครั้งต่อไป เผยแพร่ในที่ประชุมหัวหน้าส่วน และแจ้งเรียนให้ทุกกองงานทราบ...” (นาถยา ชัยกิจ, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2566)

“...การประเมินด้านต่างๆ ของ อบต. ท่าข้าม หน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาประเมินเป็นส่วนช่วยให้ อบต.ท่าข้ามซึ่งผลการประเมินบ่งบอกจุดด้อยและจุดเด่นสามารถนำมาปรับปรุงแก้ไขให้องค์กรในการพัฒนาต่อไปให้ตรงกับความต้องการและเกิดประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชน

และหมายถึงการนำเสนอผลงานนโยบายและการแก้ปัญหาต่างๆ ให้ชาวบ้านในพื้นที่ได้รับรู้รับทราบ อีกด้วย...” (นันทวัฒน์ ฤกษ์ยง, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2566)

สรุปด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้รายละเอียด คือ ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้าง การรับรู้ประกอบด้วย การลงพื้นที่ด้วยตัวเองอย่างสม่ำเสมอ การนำเสนอผลการดำเนินงานและแนว ทางการแก้ปัญหากับเครือข่ายในพื้นที่ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร และการฝากข่าวกับ องค์กรเครือข่ายช่วยประชาสัมพันธ์ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วย การ วางแผนประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงประชาชนการกำหนดการจัดกิจกรรมและการ ประชุมต่างๆ ให้ผู้บริหารองค์กรได้ใช้โอกาสในการพบปะ พูดคุย และสอดแทรกการสร้างการรับรู้การ แลกผลงานประจำปีไปเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางสื่อต่างๆ และการฝากข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ และเสียงตามสายของผู้นำชุมชน วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วย การวาง แผนการลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานการลงพื้นที่เป็นการส่วนตัวตามภารกิจหน้าที่ในบริษัทสังคมท้องถิ่น การวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการให้เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ขององค์กร และการนำเสนอ พูดคุยด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรในภารกิจตามบริบทของสังคมในพื้นที่ปัจจัยสำคัญความสำเร็จ ของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วย การลงพื้นที่พบปะและการประชาสัมพันธ์องค์กร การกำหนดวางแผนกิจกรรมขององค์กรการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรตรงความต้องการของ ประชาชนและการมีเทคนิคการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร การประเมินกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ประกอบด้วย การประเมินการรับรู้มีตัวกำหนดตัวชี้วัดได้มาตรฐาน การนำผลการประเมินมาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ และผู้บริหารองค์กรนำผลการด้วยตนเองหาแนวทางในการ ปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่อง

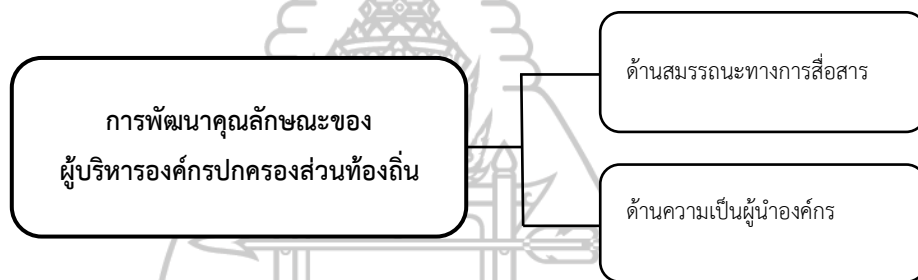


ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

จากผลวิเคราะห์การศึกษาในส่วนที่ 4 ประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ได้แก่ 1) การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

4.1 การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย คือ (1) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร และ (2) ด้านความเป็นผู้นำองค์กรโดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษา และผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.11 การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.1.1 ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร

ผลการศึกษาด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) สมรรถนะด้านทักษะการสื่อสารผู้บริหารองค์กร ได้แก่ 1.1) การฝึกฝนเรียนรู้เกี่ยวกับการพูด การฟัง การอ่าน การเขียน การนำเสนอและการวิเคราะห์ด้วยตนเอง และ 1.2) การอบรมหรือฝึกฝนด้วยนักวิชาการเกี่ยวกับการพูดในที่ชุมชน การพูดในเวทีสาธารณะ การโน้มน้าว ศิลปะการพูดเพื่อให้สัมฤทธิ์ผล การฟัง (การรับฟัง) การจับประเด็นการรับฟังข้อมูลต่างๆ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการฟัง การอ่านเพื่อการวิเคราะห์จับประเด็นข้อมูลต่างๆ จากแหล่งข้อมูล และการเขียนเพื่อถ่ายทอดแนวคิดต่างๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ บุคคลและองค์กร และการนำเสนอด้วยรูปแบบต่างๆ 2) สมรรถนะด้านบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ได้แก่ 2.1) การฝึกฝนด้วยตนเองทั้งด้วยท่าทาง การนั่ง เดิน เสื้อผ้า หน้าผม วาจา และจิตใจเพื่อสื่อสารออกไปให้กับพนักงานเจ้าหน้าที่ในองค์กรและประชาชนถึงการเป็นแบบอย่างทางพฤติกรรมที่ดี การแสดงน้ำใจและมิตรภาพอ่อนน้อมถ่อมตนและการวางตนอย่างเหมาะสม

ถูกต้องกับกาลเทศะและสร้างการจดจำให้แก่ผู้พบเห็น และ 2.2) การอบรมจากสถาบันการพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ทั่วไปให้มีคุณลักษณะทางบุคลิกภาพความเป็นผู้นำเหมาะสมกับตำแหน่งและภารกิจหน้าที่การเป็นผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นที่มีหน้าที่การงานใกล้ชิดกับประชาชนอย่างเหมาะสม และ 3) สมรรถนะการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ 3.1) การเสริมสร้างความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่มีความจำเป็นในการบริหารองค์กร การติดต่อ ประสานงานในเบื้องต้นและสามารถศึกษาเรียนรู้พัฒนาตนเองเช่น คอมพิวเตอร์ในการค้นหาข้อมูลและการใช้ในการบริหารงานสื่อสารเบื้องต้นกับภายในองค์กร สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสาร สามารถใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ที่จำเป็นในการสื่อสารทั้งงานบริการการติดต่อเครือข่ายและการประสานงานติดต่อกับประชาชน 3.2) การเรียนรู้จากผู้อื่นในแขนงนั้นๆ และ 3.3) การให้ความสำคัญและความจำเป็นทั้งในการพัฒนาร่วมกันกับบุคลากรภายในองค์กรเกี่ยวกับความรู้และการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานสื่อสารภายในองค์กรและการสื่อสารกับกับประชาชนดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มาจากทางการเมืองเมื่อเข้าสู่อำนาจเวลา คือสิ่งสำคัญ ก็คือจะต้องออกแบบสื่อสารที่เรียกว่าสื่อสารประชาชนที่อยู่ในพื้นที่องค์กร ในองค์กร และนอกองค์กร สมรรถนะการสื่อสารต้องมีความเป็นธรรมชาติจากภายในตัวตนไปสู่ผู้รับสาร หมายถึง คนในองค์กร ประชาชนและภายนอกองค์กร ผู้บริหารองค์กรจะต้องการปรับเปลี่ยนการ แสดงออกของพฤติกรรมการแต่งกายให้เป็นเนื้อเดียวกันกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลง ในเชิงบวกไม่ได้เกิดขึ้นแบบทันที แต่อาจจะผ่านการฝึกฝนหาจุดต่อจุดเด่นของผู้บริหารองค์กรแล้ว มาทำการอบรมฝึกเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพท่าทาง การแต่งกายที่ผู้บริหารองค์กรจะต้องเป็น ตัวแบบหรือแบบอย่างให้กับบุคลากรและจะต้องสร้างลักษณะอัตลักษณ์ขององค์กรและของตัวเอง ซึ่งการแสดงออกจะเป็นภาษาที่มองเห็นได้ชัดและสัมผัสได้จากความรู้สึกของผู้รับสารและ สิ่งสำคัญ ทักษะการสื่อสารต่างๆ ผู้บริหารจะต้องเป็นต้นแบบไม่ว่าการพูด การเขียน การนำเสนอ ก็จะต้องออกมาจากผู้นำทั้งสิ้น เป็นเรื่องของภาพผู้บริหารทั้งสิ้น ส่วนสำคัญนั้นมันจะต้องย้อนกลับมาว่าจะออกแบบดีไซน์ว่าเขาควรพูดอะไร ควรแต่งกายยังไง จะเอาเนื้อหาอะไร หมายถึงว่า การแสดงออก ก็เป็นเนื้อหา เสื้อผ้าหน้าผมก็เป็นเนื้อหา เพราะว่าการปรากฏตัวแต่ละครั้งจะเกิดการสร้างการยอมรับ สร้างความประทับใจที่ดี เพราะว่าเป้าหมายของผู้บริหารหรือผู้นำท้ายสุดก็คือความประทับใจ...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...สมรรถนะทางการสื่อสารมีความจำเป็นที่จะสื่อสารเน้นประเด็นนโยบายและเรื่องของการดำเนินการขององค์กรให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายในระดับองค์กรและสามารถสื่อสารกับประชาชนได้ จะต้องบอกถึงสื่อการนำเสนอถึงเป้าหมายที่ตั้งใจหรือเปล่า สมรรถนะที่ถูกจับตามองก็เป็นตัวผู้บริหารองค์กรที่จะต้องมียุทธศาสตร์ในการพูดที่จะเข้าถึงประชาชน การแต่งกายที่เหมาะสมกับ

ภารกิจหรือแม้แต่การแต่งกายเมื่อลงพื้นที่แบบไม่ถือตัว อาจจะเป็นในรูปแบบที่ชาวบ้านล้มผัสเข้าถึงได้เพราะการที่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการแต่งตัวดูน่าเชื่อถือมากเกินไปมันไม่ตรงกับความรู้สึกของประชาชน และการนำเสนอจะต้องมีการแสดงตัวตนบนโลกโซเชียลที่ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว แต่เป็นลักษณะการแสดงตัวตนผ่านโซเชียลด้วยตัวเองแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมา...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...สมรรถนะในส่วนของผู้นำ การพูด การฟัง การอ่านและการเขียนมันจะเป็นลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถพัฒนาในระยะเวลาอันสั้นๆ ได้ มันเป็นแบบระยะยาวที่ฝังมาอยู่กับเรา แนวทางตรงจุดนี้สามารถมีทีมงานเข้ามาช่วยจัดเตรียมพวกข้อมูลให้เพียงพอแต่เรื่องราวการอ่านจะเป็นของผู้นำจำเป็นต้องอ่านหรือแม้กระทั่งการเขียนก็คือนำอาจจะมิไอดีถ่ายทอดกับทีมงาน การเขียนมันสำคัญเพราะมันต้องสื่อสารทั้งภายในและภายนอกยิ่งถ้าเป็นการสื่อสารกับภายนอกสำคัญมากเพราะมันจะเผยแพร่ไปยังประชาชนจะต้องมีเป้าหมายของเขาตามพื้นที่ ซึ่งการพูดเดิมที่อาจเป็นคนช้อยไม่ค่อยพูดแต่ว่ามันสามารถฝึกได้การพัฒนาสมรรถนะด้านการพูดโดยผู้นำจะต้องฝึกพูดด้วยตนเองหรือโค้ชอาจจะใช้คำว่านักวิชาการด้านการพูดก็ได้ อาจฝึกจากเวทีเล็กๆ ก่อนแล้วค่อยประเมินการจัดกระบวนการเพื่อฝึกคนทั้งองค์กรก็ได้ หรือทีมเฉพาะ ด้านการฟังระดับผู้นำจริงๆ แล้วต้องผ่านคอร์สกระบวนการฟังนี้มาด้วยมันจะช่วยทั้งตัวผู้นำเองและช่วยทีมงานในฐานะผู้บริหารหรือจะต้องมาจัดให้องค์กรเลยก็ได้ สมรรถนะเทคโนโลยีส่วนของผู้นำที่ต้องเรียนรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต โซเชียล เว็บไซต์ต่างๆ มันอยู่ในผลของ PDPA จะสังเกตได้ว่ามันจะมีการบันทึกข้อมูลในการยอมรับถ้าเกิดคนที่เป็นผู้นำองค์กรจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญตรงนี้แล้วอาจจะมีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือทีมมาฝึกดูแลก็ได้ ข้อมูลเชื่อมโยงในการประเมินผลในหลายมิติ...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

4.1.2 ด้านความเป็นผู้นำองค์กร

ผลการศึกษาด้านความเป็นผู้นำองค์กรประกอบด้วย 1) การดึงคุณสมบัติและความสามารถของตนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพโดยการทบทวนวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งและแนวโน้มที่ต้องการพัฒนาให้เหมาะสมกับความเป็นผู้นำองค์กร 2) สมรรถนะทักษะการสื่อสารที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญและมีความสามารถสร้างความเข้าใจในการบริหารงานสั่งการเพื่อให้องค์กรทำงานได้อย่างถูกต้องประสบความสำเร็จและการนำพาองค์กรไปทิศทางเดียวกัน ผู้นำองค์กรจึงควรพัฒนาทักษะการพูด การฟัง การเขียน การรับฟังและการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ 3) สมรรถนะความรู้หรือเพิ่มพูนความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานบริหารการปฏิบัติงานนโยบายต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและพร้อมรับผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจ 4) สมรรถนะการสร้างทีมงานและการบริหารจัดการทีมงาน ผู้นำองค์กรจะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่พนักงานใน

องค์กรและให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันการเป็นแบบอย่างส่งเสริมการพัฒนาทักษะความรู้ต่างๆ การให้กำลังใจ การสร้างแรงจูงใจและเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์เพื่อให้องค์กรเดินหน้าไปสู่เป้าหมายได้และ 5) สมรรถนะทางด้านจิตใจและอารมณ์ผู้นำองค์กรจะต้องควบคุมอารมณ์และจิตใจของตนเองให้อยู่ในสภาวะที่มีความปกติทั้งในยามเผชิญกับเหตุการณ์วิกฤตหรือแรงกดดันต่างๆ จะต้องเป็นผู้นำที่สามารถนำพาคนในองค์กรไปสู่ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้เกิดผลสำเร็จดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ผู้นำท้องถิ่นเมื่ออยู่สำนักงานก็จะเป็นรูปแบบของผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับตนเอง มีความสนิทชิดเชื้อ มีกิจกรรมยาม มีน้ำใจกับผู้ร่วมงาน การสื่อสารภายในองค์กรก็ต้องมีการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้นำท้องถิ่นจะต้องมีทักษะการสื่อสารที่ชำนาญ เช่นเดียวกับการสื่อสารที่ต้องใช้กับประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งภาษากาย การแต่งตัวที่เป็นแบบอย่างของผู้ร่วมงานในฐานะผู้นำองค์กร ซึ่งอัตลักษณ์ขององค์กรนั้นจะมีผู้นำองค์กรที่เป็นต้นแบบจากผู้นำ และผู้นำท้องถิ่นจะวางแนวคิด วิสัยทัศน์ของเขาและพยายามสื่อสารไปยังพนักงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บริหารจะต้องศึกษาเป้าหมายของตัวเอง เพราะฉะนั้นในเรื่องของทฤษฎี S M C R มันจะเป็นส่วนสำคัญจะทำให้เป้าหมายชัดมากขึ้น จะเห็นว่าพนักงานกลุ่มต่างๆ ต้องการอะไร มีปัญหาอะไร ต้องการผู้นำแบบไหน แนวคิดแบบไหนผู้บริหารต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกองแผนงานและยุทธศาสตร์เขาจะมีส่วนสำคัญในการทำงานทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ที่ต้องศึกษาจะมีทีมงานที่เข้ามาช่วยเรียกว่าฝ่ายการเมืองที่คอยดูแลอันนี้ก็คือภาพรวมสำหรับผู้บริหารในองค์กร...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...เขาต้องศึกษากับประชาชนในพื้นที่ด้านนโยบาย โครงการ และผลกระทบ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเริ่มมองว่าเราไม่ได้ทำงานเป็น แต่เรามีโอกาสจะทำอะไรก็ทำไปเรื่อยๆ เรียกว่าโครงการก็เอาแผนโครงการประจำปีมาเลย มาวางดูว่าเราจะทำอะไรช่วงไหนมันจะเดินหน้าพร้อมกับแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบริหารจัดการกันอย่างไร การมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กรต้องสร้างความร่วมมือและสนับสนุนอย่างไร อันนี้สำคัญเพราะผู้บริหารองค์กรแม้เป็นผู้นำก็จริงแต่การบริหารระดับปฏิบัติการต่างต้องอาศัยบุคลากรภายในองค์กรในการผลักดันนโยบายการทำงานต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จขึ้นได้ สิ่งสำคัญสมรรถนะการสื่อสารของผู้นำองค์กรทั้งการพูด การฟัง การอ่านและการนำเสนอทั้งกับองค์กรภายในและประชาชน นอกจากผู้นำองค์กรจะต้องสร้างและพัฒนาตนเองแล้วการสร้างทีมงานหรือพัฒนาทีมงานให้มีสมรรถนะนั้นต้องควบคู่กันไปด้วย ซึ่งแน่นอนว่าผู้นำมีลักษณะการทำงานเป็นทีมทั้งระดับผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรที่ต่างคนต่างต้องช่วยเหลือส่งเสริมในการพัฒนาความรู้ความสามารถในการพัฒนาองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ซึ่งผู้บริหารองค์กรเองจะต้องมีแนวคิดและวิเคราะห์ในการ

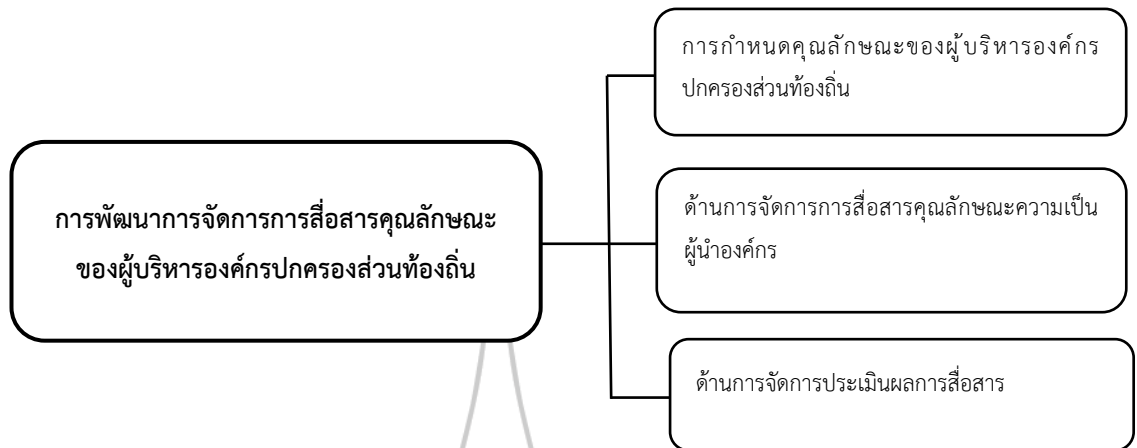
พัฒนาสร้างแรงผลักดันจูงใจให้องค์กรเดินหน้าให้ได้ตามเป้าหมาย...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...เรื่องของผู้นำก็จะเป็นเรื่องสมรรถนะการสื่อสารและเทคโนโลยีซึ่งเป็นส่วนสำคัญ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรโดยขบวนการเหล่านี้ผู้บริหารอาจจะต้องเข้ามาจัดอบรมให้กับ องค์กรถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหรือหัวใจสำหรับผู้นำและทีมก็ได้ ถ้าผู้นำองค์กรให้ความสำคัญตรงนี้แล้ว นำผู้เชี่ยวชาญมาฝึกจะได้ประโยชน์มหาศาลและจะเชื่อมโยงไปสู่เรื่องอื่นๆ ถือว่าก้าวไปกว่าครึ่งแล้ว แนะนำสำหรับผู้นำองค์กรจะต้องไปศึกษาตัวขององค์กรท้องถิ่นเกี่ยวกับโครงการที่มีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายที่สำคัญที่สุดในตอนนี้ ซึ่งเดิมทีเราก็ใช้อยู่ในปัจจุบันที่เคยได้ยื่นมา มี 6 ด้าน การทำงานโครงการสาธารณะจะต้องมีผลประโยชน์และผลกระทบกับประชาชนผู้นำจะต้องมีความ โปร่งใสและรับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่ายทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ฉะนั้นตัวผู้นำเองต้องเป็นคนที่มี ความอดทนอดกลั้นในทุกสภาวะที่มีแรงกดดันต่างๆ ที่เข้ามาเพื่อประสานประโยชน์กับทุกฝ่ายให้ เดินหน้าได้ตามเป้าหมาย...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

สรุปการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรายละเอียด คือ ด้านสมรรถนะทางการสื่อสารประกอบด้วยสมรรถนะทางการสื่อสารได้แก่ การฝึกฝนเรียนรู้ด้วยตนเองและการอบรมหรือฝึกฝนด้วยนักวิชาการสมรรถนะด้านบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออก ต่างๆ ได้แก่ การฝึกฝนด้วยตนเองและการอบรมจากสถาบันการพัฒนาบุคลิกภาพและการพัฒนา สมรรถนะการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การเสริมสร้างความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่มีความจำเป็น ศึกษาเรียนรู้พัฒนาตนเองและเรียนรู้จากผู้รู้ในแขนงนั้นๆ และการพัฒนาร่วมกันกับบุคลากรภายใน องค์กรด้านความเป็นผู้นำองค์กรประกอบด้วย การตั้งคุณสมบัติและความสามารถนำไปสู่การพัฒนา ศักยภาพ สมรรถนะทักษะการสื่อสารให้มีความเชี่ยวชาญ สมรรถนะความรู้หรือเพิ่มพูนความรู้ในการ บริหารและการปฏิบัติงาน สมรรถนะการสร้างทีมงานและการบริหารจัดการสมรรถนะทักษะความรู้ การสร้างแรงจูงใจให้องค์กรเดินหน้าไปสู่เป้าหมายและสมรรถนะทางด้านจิตใจและอารมณ์

4.2 การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น

ผลการศึกษาการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย คือ(1) การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร (2) ด้านการ จัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และ (3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร โดยสรุปเป็นแผนภูมิ รายละเอียดผลการศึกษา และผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.12 การพัฒนาการจัดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.2.1 การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร

ผลการศึกษากำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วย

- 1) คุณลักษณะความเป็นผู้บริหารองค์กรที่มีความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพการทำงานในท้องถิ่นเป็นอย่างดี
- 2) การมีคุณลักษณะภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์การบริหารงานด้วยความคิดสร้างสรรค์และกระตือรือร้น มีทักษะโน้มน้าวสร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อนองค์กรและพัฒนาชุมชนไปสู่เป้าหมาย
- 3) การมีคุณลักษณะภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ อารมณ์ที่มุ่งมั่นจริงจัง ใจกว้าง รอบคอบ อ่อนน้อมถ่อมตน บุคลิกภาพที่แสดงออกทางพฤติกรรมที่สง่าผ่าเผย สะอาด เรียบร้อย กระฉับกระเฉง ยิ้มแย้มแจ่มใสและ
- 4) การมีทักษะการสื่อสารที่สามารถสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ การสื่อสารกับราชการส่วนต่างๆ และการสื่อสารในงานบริหารงานองค์กรที่สามารถสร้างความเข้าใจในงานกับผู้รับข่าวสาร และรวมถึงทักษะความสามารถการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เพื่อนำเสนอข่าวสาร ติดต่อและใช้ในการบริหารงานองค์กรอย่างทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ผู้นำหรือผู้บริหารองค์กรที่มาจากการเมืองสิ่งสำคัญก็คือจะต้องสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ซึ่งต้องสื่อสารประสานความเข้าใจทั้งในระดับการบริหารองค์กร ประสานงาน เครือข่ายปกครองทั้งการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้บริหารองค์กรจึงต้องมีสมรรถนะทางการสื่อสารหรือการพัฒนาสมรรถนะทางการสื่อสารทั้งทางทักษะการสื่อสาร การแสดงออกทางการสื่อสาร ได้แก่ ภาษากาย การแต่งกาย การแสดงออกถึงความรู้สึกต่างๆ ให้ปรากฏต่อผู้พบเห็นในเชิงบวก จริงๆ แล้วผู้นำท้องถิ่นต้องแสดงให้เห็นถึงแนวคิด วิสัยทัศน์ต่างๆ ที่เป็นแบบอย่างเป็นอัตลักษณ์ต้นแบบของทุกคนในองค์กร ผู้นำจะต้องมีการวางแผน

ของตัวผู้นำเองผ่านภาษาพูด การแต่งกายและภาษากายซึ่งมันจะสร้างความจดจำกับผู้คน ผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายวิธีตั้งแต่ ชุมชน กลุ่มราชการ กลุ่มธุรกิจที่มีความแตกต่างอาศัยการลงพื้นที่บ่อยๆ หมายถึงว่า ความต้องการของแต่ละชุมชนแต่ละกลุ่มมีจุดเด่นอะไร กลุ่มเป้าหมายประชาชนเป็นยังไง เขาต้องการอะไรก็ต้องกลับมาศึกษาความต้องการและปัญหา โดยเฉพาะกองแผนงานและ ยุทธศาสตร์จะคอยช่วยในการทำหน้าที่สรุปรายงานดูแลภาพรวมและมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารองค์กรขับเคลื่อนการพัฒนาในด้านต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่นไปสู่เป้าหมาย ถ้าเป็นผู้นำจะต้องมีการวางตัวแต่ละพื้นที่ก็ต้องวิเคราะห์ให้ลึกและมองส่วนสำคัญเพราะว่าการปรากฏตัวแต่ละจุดหมายต้องสร้างความประทับใจที่ดีเพราะว่าถ้าเขาประทับใจเขาก็จะพอใจ ซึ่งความพอใจนำไปสู่ความนิยมหมายถึงว่าสร้างความชื่นชอบได้แล้ว...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมองเลยว่าการเข้ามาดำรงตำแหน่งไม่ได้เข้ามาทำงานเฉยๆ แต่ต้องสร้างโอกาสที่จะทำโครงการต่างๆ ซึ่งมีผลกระทบทางเชิงบวกและเชิงลบ มีการสื่อสารบอกกล่าวล่วงหน้ากับประชาชนในพื้นที่ต่างๆ ว่ากำลังจะทำอะไร นั้นหมายความว่าผู้บริหารองค์กรจะต้องมีความคุ้นเคยกับชาวบ้านในพื้นที่และรู้จักพื้นที่เป็นอย่างดีจึงสามารถมองเห็นภาพการทำงานและดูแลปกครองท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะเรื่องสมรรถนะทักษะการสื่อสารของผู้บริหารที่จะต้องมีความรู้ในการพูดในการเข้าถึงประชาชนแล้วก็การแต่งกาย การลงพื้นที่พบปะประชาชนที่ต้องแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือจริงใจมุ่งมั่นในการแก้ปัญหาและรับฟังเรื่องราวต่างๆ ของประชาชน บอกเลยว่าภาพลักษณ์ที่ต้องนำเสนอเรื่องของผลงานออกมาผู้บริหารองค์กรจะต้องแสดงตัวตนบนโลกโซเชียลต่างๆ นั้นแปลว่าต้องให้ประชาสัมพันธ์ขององค์กรเดินตามไปถ่ายรูปแล้วลงในลักษณะของการแสดงตัวผ่านโซเชียลด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรด้วย โดยเฉพาะการเปิดช่องทางติดต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในส่วนของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...การพูด การฟัง การอ่านและการเขียนเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผู้นำอาจจะไม่สามารถจะพัฒนาในระยะอันสั้นได้เพราะว่ามันฝังมากับตัวเขาแต่สามารถพัฒนาจากการฝึกฝนด้วยตนเอง การใช้โค้ชมาอบรม และการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการสื่อสารงานบริการงานองค์กรสามารถพัฒนาจากการจับมือกับผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมาอบรมให้ความรู้ในระดับองค์กรหรือทีม สิ่งสำคัญความสามารถที่กล่าวมาของผู้นำในการสื่อสารภายในองค์กรในการบริหารองค์กรในการสร้างเป้าหมายการดำเนินงานด้วยการงานเครือข่ายองค์กรในส่วนราชการต่างๆ และการเผยแพร่ไปยังประชาชนในพื้นที่ ผู้นำองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ของคนในองค์กรเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ กฎหมายคุ้มครองการรับฟังเสียงส่วนใหญ่จากประชาพิจารณ์โครงการทั้งผลกระทบคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยซึ่งมันจะมีประโยชน์มากกับการบริหารงานให้ตรงกับความต้องการของ

ประชาชนในพื้นที่และการคำนึงถึงความโปร่งใสและในส่วนของภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กรการ แสดงออกถึงวิสัยทัศน์ไเอเดียต่างๆ กับทีมงานการมีส่วนร่วมการทำงานเพื่อผลักดันเป้าหมายให้องค์กร ประสบความสำเร็จเพราะตัวผู้นำองค์กรเองไม่สามารถทำงานคนเดียวได้ต้องอาศัยทีมงานบุคลากร ต่างๆ ในองค์กรจะต้องสื่อสารทำความเข้าใจโน้มน้าวสร้างความร่วมมือต่างๆ ร่วมกัน...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

4.2.2 ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร

ผลการศึกษาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร ประกอบด้วย 1) การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร (ตัวบุคคล) ได้แก่ การจัดการ ความรู้ความสามารถในการบริหารงานและตอบสนองความต้องการด้านนโยบายพัฒนาและการแก้ไขปัญหา ประชาชนในพื้นที่ การจัดการภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ ได้แก่ บุคลิกภาพที่ดี การแสดง พฤติกรรมที่ดี การมีภาวะผู้นำและความเป็นผู้นำขององค์กรและประชาชนในพื้นที่ 2) การจัดการ การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรไปพร้อมกับทีมบริหารโดยการจัดการการสื่อสารภายใต้การ บริหารงานสื่อสารองค์กรกระบวนการสื่อสารองค์กรในการเผยแพร่ข่าวสารการวางแผน กำหนด รูปแบบ เนื้อหาสาระตามแผนการใช้สื่อประเภทต่างๆ ไปถึงประชาชนในพื้นที่ 3) การจัดการสื่อสาร เฉพาะกลุ่ม โดยการจัดการถ่ายทอดข่าวสารผ่านกิจกรรมกับประชาชนเฉพาะกลุ่ม เครือข่าย แกนนำ ทั้งรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และ 4) การจัดการการสื่อสารองค์กรโดยผู้เชี่ยวชาญให้ คำปรึกษา เป็นการจัดการอบรมให้คำปรึกษาจากนักวิชาการด้านการสื่อสารจากบพัฒนาองค์กรใน การอบรมจัดเสวนาหรือร่วมมือกับสถาบันต่างๆ ที่มีความร่วมมือกับองค์กร ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดง ความคิดเห็นดังนี้

“...ผู้บริหารองค์กรจะต้องพัฒนาสมรรถนะทักษะการสื่อสารในทุกด้านของตนไม่ว่า จะเป็นทางบุคลิกภาพ กริยาท่าทางการแสดงออกหรือที่เรียกว่าภาษากายที่จะต้องสื่อสารกับผู้รับสาร ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรให้เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งมันต้องฝึกอบรมในหลายระดับ การสื่อสารการเข้าถึงชุมชนจะต้องวางแผนเพราะมันเป็นจุดเริ่มต้นที่ตัวผู้บริหารจะต้องสื่อสารโดยตรง กับประชาชนทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ภาพลักษณ์ของผู้บริหารว่าจะคงอยู่ในใจของ ประชาชนหรือไม่นั้น ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการวางตัวในแต่ละพื้นที่ตามบริบทและการ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารให้เกิดการยอมรับสร้างความประทับใจ การสื่อสารการพบปะ ประชาชนในการทำความเข้าใจแสดงออกถึงการทำงานเพื่อประโยชน์และตอบสนองแก้ปัญหาต่างๆ จะนำมาซึ่งการสนับสนุนทำให้นโยบายหรือว่าการผลักดันกิจกรรมมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ จากความร่วมมือได้สูงผู้บริหารองค์กรจะต้องใช้สื่อเข้ามาช่วยในการสื่อสารที่เป็นลักษณะงาน

ประชาสัมพันธ์ที่จะต้องมีการวางแผนการสื่อสารการทำงานของผู้บริหารองค์กรและภารกิจขององค์กรในการเผยแพร่ถึงประชาชน ซึ่งยึดหลักทฤษฎี S M C R ที่ต้องมองจากงานสื่อสารองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญ สำหรับผู้บริหารองค์กรก็ต้องใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสื่อสารหมายถึงผู้บริหารองค์กรต้องไปศึกษาด้วยตนเองเพื่อที่จะอธิบายและกระทำการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือตัวแทนของผู้นำด้วยตนเอง งานปฏิบัติการเหล่านี้อาจพัฒนาไปพร้อมกับกองงานสื่อสารองค์กรให้เป็นศูนย์กลางในการวางแผนผลิตสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ไปสู่ประชาชน สิ่งเหล่านี้จะต้องผ่านการฝึกอบรมความรู้ต่างๆ ทั้งผู้บริหารจะต้องเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยผลักดันหาความรู้เพิ่มเติมในการบริหารองค์กรในรอบด้านทั้งตัวผู้นำเองและการให้การสนับสนุนองค์กรในการพัฒนา...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...การปรับเปลี่ยนการแสดงออกของพฤติกรรมให้เป็นเนื้อเดียวกันกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกไม่ได้เกิดขึ้นแบบทันที แต่อาจจะผ่านการฝึกฝนของผู้บริหารองค์กรแล้วมาทำการอบรมฝึกเป็นตัวแทนหรือแบบอย่างให้กับบุคลากรและจะต้องสร้างลักษณะอัตลักษณ์ขององค์กรและของตัวเอง ที่มองเห็นได้ชัดและสัมผัสได้จากความรู้สึกไม่ว่าการพูด การเขียน การนำเสนอที่จะต้องออกมาจากผู้นำทั้งสิ้น เป็นเรื่องของภาพผู้บริหารทั้งสิ้น ส่วนสำคัญนั้นมันจะต้องย้อนกลับมาว่าจะออกแบบดีไซน์ว่าเขาควรพูดอะไร ควรแต่งกายยังไง จะเอาเนื้อหาอะไรหมายถึงว่าการแสดงออกก็เป็นเนื้อหา เสื้อผ้าหน้าผมก็เป็นเนื้อหา เพราะว่าการปรากฏตัวแต่ละครั้งจะเกิดการสร้างการยอมรับ สร้างความประทับใจที่ดี เพราะว่าเป้าหมายของผู้บริหารหรือผู้นำท้ายสุดก็คือความประทับใจ...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...จะต้องสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ภายในองค์กรและภายนอกองค์กรในการสื่อสารประสานความเข้าใจทั้งในระดับการบริหารองค์กร ประสานงาน เครือข่ายปกครองทั้งการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การแสดงออกภาษากาย การแต่งกาย การแสดงออกถึงความรู้สึกต่างๆ ให้ปรากฏต่อผู้พบเห็นในเชิงบวก การแสดงให้เห็นถึงแนวคิดวิสัยทัศน์ต่างๆ ซึ่งการวางแผนการสื่อสารของตัวผู้นำจะต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายวิธีตั้งแต่ ชุมชน กลุ่มราชการ กลุ่มธุรกิจที่มีความแตกต่างอาศัยการลงพื้นที่บ่อยๆ หาว่าความต้องการของแต่ละชุมชน แต่ละกลุ่มมีจุดเด่นอะไรกลุ่มเป้าหมายประชาชนเป็นยังไงเขาต้องการอะไรก็ต้องกลับมาศึกษาความต้องการและปัญหาโดยเฉพาะกองแผนงานและ ยุทธศาสตร์จะคอยช่วยในการทำหน้าที่สรุปรายงาน ดูแลภาพรวมมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารองค์กรขับเคลื่อนการพัฒนาในด้านต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่นไปสู่เป้าหมาย...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...การเข้ามาดำรงตำแหน่งไม่ได้เข้ามาทำงานเฉยๆ แต่ต้องสร้างโอกาสที่จะทำโครงการต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบทางเชิงบวกและเชิงลบ มีการสื่อสารบอกกล่าวล่วงหน้ากับประชาชนในพื้นที่ต่างๆ ว่ากำลังจะทำอะไร นั้นหมายความว่าผู้บริหารองค์กรจะต้องมีความคุ้นเคยกับชาวบ้าน

ในพื้นที่และรู้จักพื้นที่เป็นอย่างดีจึงสามารถมองเห็นภาพการทำงานและดูแลปกครองท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง การพบปะประชาชนที่ต้องแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือจริงใจมุ่งมั่นในการแก้ปัญหาและรับฟังเรื่องราวต่างๆ ของประชาชน บอกเลยว่าภาพลักษณ์ที่ต้องนำเสนอเรื่องของผลงานออกมาผู้บริหารองค์กรจะต้องแสดงตัวตนบนโลกโซเชียลต่างๆ นั้นแปลว่าต้องให้ประชาสัมพันธ์ขององค์กรเดินตามไปถ่ายรูปแล้วลงในลักษณะของการแสดงตัวผ่านโซเชียลด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรด้วย โดยเฉพาะการเปิดช่องทาง การติดต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...การที่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการแต่งตัวดูน่าเชื่อถือมากเกินไปมันไม่ตรงกับความรู้สึกของประชาชน และการนำเสนอจะต้องมีการแสดงตัวตนบนโลกโซเชียลที่ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์ขององค์กรแต่เป็นลักษณะการแสดงตัวผ่านโซเชียลด้วยตัวเองแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมา...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...สิ่งที่จะต้องมองต่อไปว่าวิธีการสื่อสารที่เคยมีในอดีตมีผลต่อเขาอย่างไร เช่น การไปนั่งร้านกาแฟทุกเช้าเพื่อให้นักมาคุยก็ยังมีพื้นที่ซึ่งใช้ได้อยู่แต่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบอย่างไร แล้วพัฒนาในส่วนของการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์และโลกความจริงบอกเลยว่าโลกออนไลน์จะเป็นอะไรที่คนเข้าถึงได้ง่ายกว่า ณ ปัจจุบัน หรือแม้แต่ป้ายประชาสัมพันธ์จะอย่างไรให้ประชาชนรู้ว่าผู้บริหารองค์กรทำงานอยู่นะ คือสิ่งที่จะต้องมีการสื่อสารตลอดเวลาและมันต้องทำไปพร้อมกันในการสื่อสารแผนโครงการประจำปีว่าจะทำอะไรช่วงไหนต้องขับเคลื่อนไปกับทีมบริหารยุทธศาสตร์ของตัวองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งจะทำให้ประชาชนเห็นแล้วว่าผู้บริหารองค์กรกำลังทำอะไรใน 1 ปีทำอะไรใน 2 ปี...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...ลักษณะเฉพาะตัวของผู้นำอาจจะไม่สามารถจะพัฒนาในระยะอันสั้นได้เพราะว่ามันฝังมากับตัวเขาแต่สามารถพัฒนาจากการฝึกฝนด้วยตนเอง การใช้โค้ดการอบรมและการใช้เทคโนโลยีในการต่างๆ ในการสื่อสารงานบริการงานองค์กรสามารถพัฒนาจากการจับมือกับผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมาอบรมให้ความรู้ในระดับองค์กรหรือทีมเพื่อการสร้างเป้าหมายการดำเนินงานด้วยการทำงานเครือข่ายองค์กรในส่วนราชการต่างๆ และการเผยแพร่ไปยังประชาชนในพื้นที่ ผู้นำองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ของคนในองค์กรเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ กฎหมายคุ้มครอง การรับฟังเสียงส่วนใหญ่การบริหารงานให้สะท้อนความต้องการของประชาชนในพื้นที่และการคำนึงถึงความโปร่งใส ผู้บริหารองค์กรจะต้องแสดงออกถึงวิสัยทัศน์ใเอเดียวต่างๆ กับทีมงานการมีส่วนร่วมการทำงานเพื่อผลักดันเป้าหมายให้องค์กรประสบความสำเร็จเพราะตัวผู้นำองค์กรเองไม่สามารถทำงานคนเดียวได้ต้องอาศัยทีมงานบุคลากรต่างๆ ในองค์กรร่วมมือกันทำงาน...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

“...แนวทางตรงจุดนี้สามารถมีทีมงานเข้ามาช่วยจัดเตรียมพวกข้อมูลให้เพียงพอ คือ ผู้นำอาจจะมิโอเคียถ่ายถอดกับทีมงานการเขียนมันสำคัญเพราะมันต้องสื่อสารทั้งภายในและภายนอก ยิ่งถ้าเป็นการสื่อสารกับภายนอกสำคัญมาก เพราะมันจะเผยแพร่ไปยังประชาชน จะต้องมีการเป้าหมายของเขาตามพื้นที่ ผู้นำองค์กรจะต้องให้ความสำคัญตรงนี้แล้วอาจจะมีการศึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือทีมมาฝึกดูและมันจะได้ข้อมูลเชื่อมโยงในการประเมินผลในหลายมิติ...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

“...การสื่อสารผู้นำเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถฝึกฝนได้ด้วยตัวเอง การอบรมการใช้โค้ชหรือแม้แต่สามารถมีทีมงานเข้ามาช่วยจัดเตรียมข้อมูล ผู้นำจะต้องสื่อสารถ่ายทอดโอเคียให้กับทีมทั้งภายนอกและภายในองค์กร สำคัญกับการเผยแพร่ไปยังประชาชนที่มีทั้งสื่อสารองค์กรหรือประชาสัมพันธ์องค์กรอาจจะต้องจัดกระบวนการเพื่อฝึกคนหรือทีมเฉพาะได้ การสื่อสารในยุคเรื่องข้อมูลข่าวสารที่มีกฎหมายคุ้มครองอยู่ผู้นำจะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียขององค์กรและภาพลักษณ์ของนายกที่จะต้องศึกษาหรือให้นักกฎหมายมาดูแลเพราะเวลาฟ้องกันมูลค่าทางแพ่งเป็นแสนเป็นล้านบาทเพราะฉะนั้นผู้นำจะต้องใส่ใจเรื่องนี้ นอกจากนี้การสร้างความรู้ใหม่ในโครงการที่กำลังจะทำการศึกษาลงมือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลประโยชน์กับคนที่ได้รับจริงการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างโปร่งใสที่จะทำให้การบริหารงานโครงการเดินไปข้างหน้าประสบความสำเร็จ...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

4.2.3 ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร

ผลการศึกษาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วย 1) การจัดการประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ (1) การประเมินด้านการรับรู้ข่าวสารการสื่อสารนโยบายการทำงาน การแก้ปัญหา และภารกิจกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรและผู้บริหารองค์กรไปสู่ประชาชนอาศัยเครื่องมือและรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้โดยง่าย (2) การเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นที่มีผู้เชี่ยวชาญที่ต้องคำนึงถึงความโปร่งใส (3) การใช้โอเคียมาช่วยในการประเมินผลจากผู้ใช้งานด้านโอเคีย และ (4) การจัดอบรมสัมมนาต่างๆ กับกลุ่มประชาชนโดยคำนึงถึงกระบวนการประเมินผล ได้แก่ วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เครื่องมือในการประเมินการเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ผล และการตรวจสอบผลการประเมินเปรียบเทียบแก้ไขและการปรับปรุงพัฒนาการสื่อสาร 2) การจัดการประเมินการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) การประเมินผลการสื่อสารนโยบายและการแก้ปัญหา ท้องถิ่นอาจมีแนวทางในการปฏิบัติควบคู่กันไปการประเมินผลที่ดำเนินการโดยหน่วยงานขององค์กรที่มีคำถามสอดแทรกเพิ่มเติม (2) การสื่อสารสำรวจความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยมีการกระทำจากผู้เชี่ยวชาญชำนาญการกระทำการสื่อสารการประเมินผลมีระยะเวลาช่วงการประเมินผลทุกๆ 6 เดือนหรือทุกๆ 1 ปี เพื่อติดตามและปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กร และ (3) การประเมินผล

การสื่อสารด้วยตนเองและทีมงานโดยผู้บริหารองค์กรและทีมงานหรือที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ จะต้องดำเนินการด้วยตัวเองเพื่อสำรวจความพึงพอใจภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรจากการลงพื้นที่พบปะประชาชน เครือข่าย และแกนนำทั้งแกนนำที่เป็นทางการและแกนนำที่ไม่เป็นทางการตั้ง ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...ในส่วนของ การประเมินการสื่อสารจะต้องมีการประเมินผลในทุกรูปแบบทั้งหน่วยงานภายในและการรับตรวจการประเมินจากหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการประเมินกิจกรรมจะต้องประเมินทั้งก่อนและหลัง หมายถึงว่า ทำโครงการแล้วเสร็จก็ต้องจัดประเมินด้วยว่าเขารับรู้แล้ว สัมฤทธิ์ผลต่างๆ ตามเป้าหมายเช่นไร เรื่องของการสื่อสารด้วยเพราะว่าประชาสัมพันธ์ไปแล้วคนเข้าใจหรือเปล่าการมีส่วนร่วมหรือเปล่า ผลของการประเมินทั้งก่อนและหลังปัญหาการสื่อสารคืออะไร แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงเริ่มต้นกิจกรรมใหม่จะต้องทำอะไร การประเมินผลจะต้องยึดหลักความสะดวกของผู้ประเมินจะต้องหาวิธีหลากหลายรูปแบบ เช่น ขณะทำกิจกรรมอาจจะพูดคุยสอดแทรกขอความร่วมมือหรือพยายามแจ้งให้ทราบไปในเนื้อหาหรือภาพการประเมินที่ต้องสร้างความเข้าใจในขณะทำกิจกรรมไปเลย ซึ่งเรื่องราวนี้ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญใส่ใจโครงการต่างๆ ที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมและต้องมีทักษะของการสื่อสารการมีส่วนร่วมของประชาชนเพราะหัวใจของท้องถิ่นคือการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งในทุกภาคส่วนแสดงว่าการประเมินจะต้องมีการออกแบบมาพร้อมกับการออกแบบกิจกรรมตั้งแต่เริ่มต้นแล้วก็ประเมินผลออกมาสรุปผลปรับปรุงในกิจกรรมต่อๆ ไป ส่วนของผู้บริหารที่ต้องประเมินผลด้วยตัวเองโดยจะต้องศึกษาในฐานะผู้ส่งสารในการตอบรับของประชาชนออกคร่าวๆ ในขณะที่ทำกิจกรรมต่างๆ การลงพื้นที่การพบปะเครือข่ายถือว่าเป็นส่วนหนึ่งเป็นเครื่องมือการสำรวจความต้องการการแก้ปัญหาความพึงพอใจในการทำงานและหลายๆ มิติขึ้นอยู่กับทักษะของผู้บริหารที่จะใช้ความสามารถในการหาคำตอบด้วยตัวเองและอีกส่วนหนึ่งอาจมีทีมงานที่ทำการสำรวจการประเมินหรือทีมที่ปรึกษาทำการศึกษาประเมินจากชาวบ้านในการตอบรับการทำงานการบริหารต่างๆ ภาพลักษณ์องค์กร ภาคผู้นำองค์กรต่างๆ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นความนิยมของผู้นำคนนั้นโดยมีการสำรวจที่ต้องใช้ระยะเวลา 1 หรือช่วงหนึ่งเป็นระยะๆ ...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...การประเมินตรงนี้สำคัญเลยก็จะประเมินผลให้เป็นโลกออนไลน์ซึ่งเป็นการประเมินผลที่สามารถวัดได้ตลอดเวลาดูย้อนหลังได้แต่การประเมินผลรวมเรื่องของสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อจะมองคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องมีการดำเนินการวางแผนงาน นั้นแปลว่านายเองจะต้องลงพื้นที่ด้วยตัวเองว่าผมมาทำอะไรผมมาทำอย่างไร มาทำวันไหนแปลว่าสิ่งที่เราสื่อสารไปจะเกิดผลวิธีนี้นายสามารถประเมินผลด้วยตัวเองก่อนนั่นเอง และอีกวิธีการหนึ่งคือการประเมินผ่านช่องทางอย่าง เช่น ใน 1 ปีทุกองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นจะต้องมีการประเมินตนเองหรือ

อาจจะมีการประเมินตนเองของนายกหรือทีมงานให้เป็นวงรอบการลงพื้นที่ให้กระจายทั่วถึง เช่น การมานั่งร้านอาหารทานข้าวร้านประจำในทุกๆ วันที่ 10 ของเดือน การเดินสำรวจตลาดในทุกๆ วันเสาร์เพื่อให้ประชาชนจดจำและสามารถเข้าถึงได้ง่าย และการทำป้ายโฆษณาเขียนเบอร์โทรผู้บริหารองค์กรเพื่อให้ประชาชนติดต่อโดยตรงที่แสดงถึงความจริงใจ รับผิดชอบ และเข้าถึงประชาชนได้ง่ายที่สุด หรือผ่านกระบวนการที่จะต้องไปจ้างมาทำในส่วนของที่จังหวัดข้อมูลว่าเขารับรู้การดำเนินงานขององค์กรมีอะไรบ้างอาจสอดแทรกเรื่องของการประเมินผลงานของตัวนายกในปีนี้และการได้รับการประเมินจากส่วนกลางก็จะทำให้เห็นได้ชัดขึ้น...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...ในระยะการทำงานของนายกทั้ง 4 ปีจะต้องมีวิธีการสื่อสารของนายกทั้งการนั่งร้านกาแฟร้านประจำในทุกๆ เช้าเพื่อพูดคุยให้คนเข้ามาหา การสื่อสารบนโลกโซเชียล และการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อขององค์กรแต่จะทำอย่างไรให้ประชาชนรู้ว่าแต่ละช่วงเวลา 4 ปีนายกทำอะไรบ้าง ภาพลักษณ์องค์กรแล้วภาพลักษณ์นายกเป็นอย่างไร การสำรวจการประเมินจึงต้องมีช่วงระยะการประเมินทั้งขององค์กรและจะต้องทำการประเมินจากผู้ชำนาญการหรือทีมที่ปรึกษาประเมินติดตามทุกๆ 6 เดือนหรือทุกๆ 1 ปี เพื่อนำผลมาแก้ไขปรับปรุงการสื่อสารภาพลักษณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เข้าถึงประชาชน...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

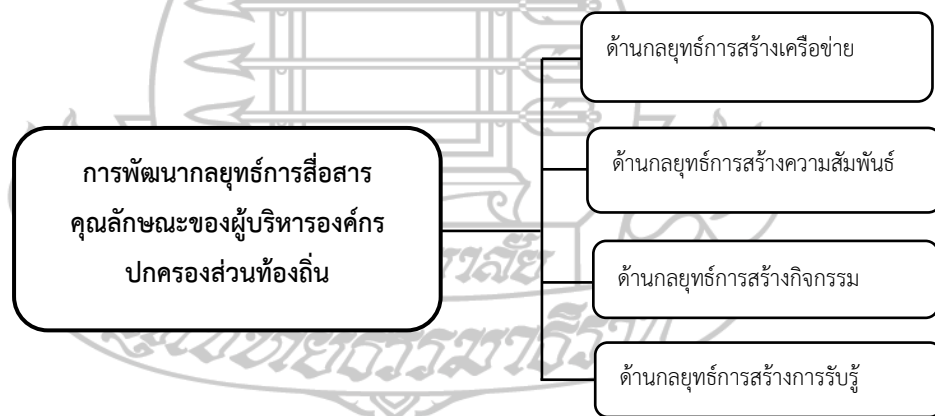
“...การประเมินสำหรับผู้นำองค์กรและตัวองค์กรท้องถิ่นมันมีความเชื่อมโยงกับโครงการกิจกรรมต่างๆ และมีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนโดยมีเครื่องมือวัดในแบบต่างๆ ก็คือ ประชาพิจารณ์รับฟังความคิดเห็นผลกระทบการมีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องคำนึงถึงความโปร่งใส ในส่วนของภาพลักษณ์ที่ดีก็ต้องสำรวจจากเครือข่ายที่เราพวกแกนนำต่างๆ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในลักษณะของการเสวนาแลกเปลี่ยน ซึ่งการประเมินขององค์กรก็จะมีแบบการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนจะเห็นว่าจะมีกล่องการรับฟังความคิดเห็นอะไรพวกนี้ซึ่งมันจะไม่ค่อยได้ผล แต่สมัยที่เขาจะใช้การประเมินแบบโซเชียลมันเป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยได้เยอะมากและมีข้อมูลมหาศาลองค์กรอาจมีที่ปรึกษามาให้ความรู้เรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมทั้งในชั้นของตัวองค์กรหรือว่าวัดในตัวผู้นำก็ยิ่งได้เลย เพราะว่าหลักการคือทุกอย่างที่เราโพสต์ลงไปบนอินเทอร์เน็ตไม่ใช่แค่โซเชียลมีเดียไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ หรืออะไรทั้งหลายมันจะถูกบันทึกที่เรียกว่า Big Data แล้วถ้าเกิดผู้นำองค์กรให้ความสำคัญตรงนี้แล้วจะได้ข้อมูลมหาศาลและเชื่อมโยงไปยังเรื่องอื่นๆ ได้อีกด้วย...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

สรุปการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรายละเอียด คือ การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรประกอบด้วยความรู้ความสามารถและประสบการณ์การทำงานในท้องถิ่นเป็นอย่างดี ภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ สร้างสรรค์ กระตือรือร้นในการขับเคลื่อนองค์กรและพัฒนาชุมชนภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ ทักษะการสื่อสารโน้มน้าวสร้างแรง

บัณฑิตใจสร้างความสำเร็จในการบริหารงานและประชาชน และความสามารถการใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานองค์กรด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรประกอบด้วย การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรได้แก่ การจัดการความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และการจัดการภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ การจัดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรไปพร้อมกับทีมบริหารการจัดการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม และการจัดการการสื่อสารองค์กรโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วยการจัดการประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ การประเมินด้านการรับรู้ข่าวสารการเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นการใช้ไอทีในการประเมินผลและการพัฒนากระบวนการประเมินผล ด้านการจัดการประเมินการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ การประเมินผลการสื่อสารการสื่อสารสำรวจความพึงพอใจของประชาชน และการประเมินผลการสื่อสารด้วยตนเองและทีมงาน

4.3 การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย คือ (1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย (2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ (3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และ (4) ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ โดยสรุปเป็นแผนภูมิรายละเอียดผลการศึกษา และผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.13 การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.3.1 ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

ผลการศึกษาการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ประกอบด้วย 1) การจัดการการลงพื้นที่เพื่อพบปะประชาชนอย่างสม่ำเสมอโดยการจัดตารางวางแผนดำเนินงานที่ชัดเจนและครบทุกเขตพื้นที่ การสร้างความสนิทสนม การสร้างความเข้าใจ และการสร้างความเชื่อมั่น 2) การจัดการเครือข่ายในการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายในระดับต่างๆ ทั้งระดับเป็นทางการที่เป็นแกนนำของตน

และไม่เป็นทางการ เช่น พระ ผู้นำศาสนาเพื่อรับฟังปัญหาเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและนำมาดำเนินการแก้ไขเร่งด่วนตามความต้องการและ 3) การจัดการกระบวนการพัฒนาเครือข่ายไปพร้อมกับทีมงานเป็นการจัดการการลงพื้นที่ที่สร้างกระบวนการรับรู้และรับฟังปัญหาจากประชาชนในพื้นที่ โดยการแบ่งหน้าที่ในการลงพื้นที่ของทีมงานผู้บริหารองค์กรทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในบริบทสังคมพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากหลายมิติมารวบรวมในการตอบสนองแก้ไขปัญหาและความต้องการของประชาชนอย่างทั่วถึงและใกล้ชิด ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...จะเป็นทีมที่ปรึกษาที่เป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารที่เกี่ยวกับการเมืองเฉพาะ ซึ่งกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมและกลยุทธ์ด้านการสร้างการรับรู้ มีความเชื่อมโยงเป็นเนื้อเดียวกันในส่วนขององค์กรก็จะมีกองแผนงานและยุทธศาสตร์เป็นฝ่ายจัดทำเป็นระยะที่ 1, ระยะที่ 2, ระยะที่ 3, บางทีก็ทำเป็นแผนงานกิจกรรมก็คือการธำรงรักษาไว้ซึ่งเครือข่ายต่างๆ มีการเชื่อมโยงต่อเนื่องเรื่องของกิจกรรมการสร้างกิจกรรมย่อยๆ แล้วแต่ช่วงเวลาเพื่อให้เครือข่ายนั้นไม่หายไปไหนมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแล้วก็ไปยังชุมชนมีการสร้างความร่วมมือการประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มกิจกรรมกลุ่มเครือข่ายขององค์กรในการเผยแพร่กระจายข่าวสาร การรณรงค์หรือมีนโยบายต่างๆ ก็จะทำให้เกิดความร่วมมือ การลงพื้นที่ของผู้นำก็จะเป็นอีกลักษณะหนึ่งในการพบปะประชาชนในการสร้างความสนิทสนมในส่วนนี้ก็ผ่านตารางแผนดำเนินงานขององค์กรและทีมที่ปรึกษาการเมืองในการสร้างความนิยม ความเชื่อมั่นแก่ประชาชน ฉะนั้นกลยุทธ์ต่างๆ มันก็ผูกพันเป็นเนื้อเดียวกันโดยธรรมชาติและสิ่งสำคัญคือจะต้องวางแผนการจัดการให้สอดคล้องกันทั้งกองแผนงานและยุทธศาสตร์ ทีมผู้บริหารและการจัดการสื่อสารในการใช้สื่อให้บรรลุเป้าหมาย...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...การสร้างเครือข่ายตรงนี้จะมัลักษณะรูปแบบของเครือข่ายที่มีความเป็นธรรมชาติ เช่น เครือข่ายของโรงเรียนที่อบรมมาตั้งแต่ประถม มัธยม ที่เป็นเครือข่ายในพื้นที่จริงจะต้องมีกระบวนการจัดการการสร้างเครือข่ายให้แน่นพอ บอกได้เลยว่าถ้าเครือข่ายตรงนี้ไม่แน่นเพื่อนที่เรียนมาด้วยกันไม่รักกันเครือข่ายอื่นๆ ไม่ต้องพูดถึง และต้องยกระดับเครือข่ายเรื่องของกลุ่มการเมือง เช่น แกนนำ ผู้ใหญ่บ้านที่เป็นเครือข่ายเป็นทางการของนายกและเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการอื่นที่จะต้องมีการกระบวนการสร้างขึ้นมาโดยทีมงานการประสานประโยชน์ต่างๆ การแก้ปัญหาและการให้ความสำคัญในการลงพื้นที่ที่เครือข่ายอย่างครอบคลุมทุกพื้นที่ การสนับสนุนเครือข่ายนอกจากการสร้างความสัมพันธ์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อสร้างการรับรู้ปัญหาต่างๆ ในพื้นที่ปกครองที่มีพื้นที่กว้างจะต้องมีทีมงานหรือผู้ช่วยแบ่งหน้าที่กันลงพื้นที่ทั้งที่เป็นในส่วนการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรและการลงพื้นที่อย่างไม่เป็นทางการ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานบวชประมาณนี้...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...เครือข่ายอยู่ในหน้าที่ของผู้บริหารเป็นขั้นตอนวิธีการและปัจจัยความสำเร็จเป็นกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นในการเชื่อมโยงผู้คนกลุ่มคนเข้าด้วยกัน ซึ่งผู้บริหารใช้ทักษะการสื่อสารของตนเองหรือทีมงานในการลงพื้นที่สำรวจความต้องการของประชาชน การแก้ปัญหาต่างๆ ในการพบเครือข่ายที่เป็นแกนนำทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น พระ ผู้นำศาสนาหรือการมีกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่ของประชาชนหรืองานเลี้ยงต่างๆ ที่เขาจัดขึ้น ผู้บริหารมีส่วนสำคัญทั้งการจัดการบริหารเครือข่ายขององค์กรผ่านกิจกรรมต่างๆ การเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ข่าวสารถึงเครือข่ายในการสร้างความร่วมมือหรือแม้แต่ผู้บริหารที่ต้องมีทักษะหรือทีมบริหารที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการเครือข่าย การจัดการหรือพัฒนาเครือข่ายจึงเป็นการพัฒนากระบวนการทั้งการลงพื้นที่การสร้างการรับรู้ การสร้างกิจกรรมร่วมกันทีมผู้บริหารและประชาชนที่เป็นเครือข่ายต่างๆ มาอยู่ร่วมกันในการขับเคลื่อนกิจกรรมขององค์กรในมิติต่างๆ หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลการสร้างประสบการณ์ร่วมกันในจุดนี้ผู้บริหารองค์กรขอคำปรึกษาจากสถาบันภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อจัดการการสื่อสารองค์กรเครือข่ายได้เช่นกัน...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

4.3.2 ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วย 1) การลงพื้นที่ด้วยตนเองในการพบปะประชาชนให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจความต้องการความสนใจและการแก้ปัญหาที่แสดงถึงความจริงใจให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อมั่นซื่อสัตย์โปร่งใสในการกระทำและคำพูด 2) การรักษาสัมพันธ์ภาพกับสมาชิกเครือข่ายโดยมีการมีเทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมั่นจากการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ตามบริบทสังคมทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ พบปะคนใหม่ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์เพิ่มเติมให้รู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ 3) การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ เช่น แบ่งปันความรู้ แนวทางแก้ไขปัญหา ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความน่าสนใจและความไว้วางใจในความสัมพันธ์และ 4) การเปิดช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อส่วนตัวในระบบออนไลน์ที่มีการสนทนาโดยตรงของผู้บริหารองค์กร เช่น เฟซบุ๊ก กลุ่มไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ข่าวสารที่น่าสนใจ และการให้ความสำคัญการติดต่อแบบถึงตัวผู้บริหารองค์กรโดยตรงในการเพิ่มช่องโดยติดป้ายโฆษณาเบอร์โทรติดต่อช่วยเพิ่มโอกาสสำหรับการสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดและการเข้าถึงได้ง่ายตั้งผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...อย่างที่ทราบว่าในช่วงต้นกลยุทธ์ต่างๆ มีความเชื่อมสัมพันธ์กัน การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับพนักงานในองค์กรจะเป็นความสัมพันธ์ภายในที่ต่างต้องประสานงานให้

ความร่วมมือกันทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยมีผู้บริหารองค์กรเป็นหลักสำคัญ ฉะนั้นแล้วผู้นำหรือผู้บริหารจึงต้องอาศัยกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ในการลงพื้นที่พูดคุยกับประชาชนในพื้นที่เขตพื้นที่ปกครองของตน อาจแบ่งงานทีมผู้บริหารท่านอื่นๆ เพราะเขตพื้นที่ในระดับเทศบาลเมือง เทศบาลนครหรือระดับ อบจ. มีพื้นที่กว้าง ทั้งนี้อาจมีการเลือกเพื่อรักษาสัมพันธ์สภาพกับเครือข่ายสมาชิกที่เป็นแกนนำสำคัญทั้งแกนนำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การสื่อสารหรือช่องทางสื่อสารของผู้นำในการสร้างความสัมพันธ์จะต้องมีเครือข่ายช่องทางที่จะติดต่อเข้าถึงหรือประสานงานทั้งเป็นขององค์กรเองและของผู้นำองค์กรก็จะต้องมีช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์เพื่อติดต่อกลุ่มเครือข่ายอย่างใกล้ชิดจะสร้างความเชื่อมั่นสนิทสนมและเป็นกันเองมากขึ้น...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...การสร้างความสัมพันธ์คือการจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ตลอดเวลาทุกคนต้องมีการพูดคุยกัน แปลว่า จะต้องพูดคุยทุกวันอาจจะจะเป็นข้อมูลการลงพื้นที่หรือการส่งข้อมูลข่าวสารหากัน หมู่บ้านนี้อยากให้ช่วยเหลืออะไร ตำบลนี้มีปัญหาอะไรบ้าง เป็นการสอบถามกัน สอบถามเสร็จมีการดำเนินการทีมงานผู้บริหารมาแก้ไขช่วยเหลือได้อย่างไร ทำอย่างนี้จนเวียนทุกสัปดาห์ ทุกเดือนและการสร้างความสำคัญกับเรื่องการสื่อสารแบบเข้าหากันตลอดเวลาคือตัวผู้บริหารมันไม่ได้ลงไปหาแต่จะต้องมีช่องทางออนไลน์ของตัวเองในการติดต่อก่อนออกเยี่ยมเยียนมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเพื่อให้ชาวบ้านรู้ว่านายจะมาในพื้นที่ หรือการติดป้ายเบอร์โทรกรณีเร่งด่วนกับตัวนายกตรงที่สำคัญจะช่วยเพิ่มโอกาสสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดและเข้าถึงง่าย โดยปกติแล้วชาวบ้านหากไม่ทุกซักร้อนก็จะไม่มีใครกล้าโทรหานายกยกเว้นเขามีเรื่องเดือดร้อนจริงนี่คือการแสดงถึงความสนใจปัญหาการให้ความจริงใจและวางใจของชาวบ้านได้ หรือแม้แต่การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชาวบ้านการให้ความช่วยเหลือร่วมกิจกรรมของคนในพื้นที่ นอกจากเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้านอย่างใกล้ชิดแล้วสามารถพบปะพูดคุยกับสมาชิกชาวบ้านหรือแม้แต่กลุ่มที่ไม่ได้สนับสนุนให้รู้สึกซาบซึ้งและอาจจะมีการให้ความร่วมมืออย่างเป็นธรรมชาติ...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...สิ่งสำคัญในการเชื่อมโยงเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายทางการเมือง เครือข่ายกิจกรรม ผู้นำจะต้องสร้างความเชื่อมั่น สร้างความเข้าใจ การสื่อสารของผู้นำจึงมีความสำคัญที่จะต้องเข้าใจสิ่งที่สื่อสารออกไปไม่ว่าจะเป็นนโยบาย ความต้องการ ซึ่งไม่ใช่แต่ผู้นำคนเดียวในระดับผู้บริหารองค์กรจะต้องมีทีมงานต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ไม่ว่าจากการลงพื้นที่ในรูปแบบต่างๆ การให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการเข้าไปมีส่วนร่วมทำงานในชุมชนสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างความประทับใจให้กับประชาชนเครือข่ายที่เห็นว่าผู้นำให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าหรือแม้แต่การรับปากจะทำอะไรต่างๆ อันนี้ก็สำคัญที่แสดงถึงความจริงใจของผู้นำองค์กรได้เช่นกัน ในส่วนของช่องทางสื่อสารก็จะเป็นส่วนหนึ่งของประชาสัมพันธ์องค์กรในการสนับสนุนภารกิจเผยแพร่ข่าวสารที่ทำให้ประชาชนกับองค์กรหรือผู้นำองค์กรมีความใกล้ชิดที่ติดต่อกันส่วนของผู้นำเองก็ต้องมีช่องทางสื่อสาร เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม

หรือเบอร์โทรที่สามารถติดต่อกับผู้บริหารโดยตรงได้สมัยนี้การติดต่อแบบถึงตัวเป็นเรื่องสำคัญ...”
(สุภภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

4.3.3 ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วย 1) การสร้างกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ประเพณีวัฒนธรรม ศาสนา และธรรมเนียมปฏิบัติของบริบทสังคมท้องถิ่น 2) กิจกรรมที่ดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเกิดจากการกำหนดกิจกรรมและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดเป้าหมาย ออกแบบ วางแผนและดำเนินกิจกรรมร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยึดหลักตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นหลักและ 3) การสร้างและการกำหนดเป้าหมายกิจกรรมจะต้องมีความหลากหลายของกิจกรรมตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่ อาจจะต้องแยกออกเป็น กลุ่มอาชีพ กลุ่มส่งเสริมทักษะ และกลุ่มที่มีความต้องการเพื่อให้กิจกรรมตอบโจทย์และมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมายดังผู้ให้ข้อมูลหลัก แสดงความคิดเห็นดังนี้

“...กองแผนงานและยุทธศาสตร์ถือว่าเป็นกำลังสำคัญที่จะทำแผนกิจกรรมให้มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชน กลุ่มเครือข่ายต่างๆ สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ต้องยึดหลักความต้องการของประชาชนเป็นหลัก จะต้องมีการที่หลากหลาย กิจกรรมส่งเสริมกลุ่มอาชีพ กลุ่มศิลปวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของท้องถิ่น ประการแรกคือการประเมินสำรวจความต้องการก่อนนำมาพัฒนาเป็นแผนกิจกรรมถ้าหากกิจกรรมที่ประชาชนมีความต้องการแล้วการสร้างการมีส่วนร่วมหรือเครือข่ายต่างๆ จะเกิดความร่วมมืออย่างเป็นธรรมชาติหรือการใช้เครือข่ายที่อยู่ในสังกัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสานงานสื่อสารกับกลุ่มที่มีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมขึ้นอยู่ว่ากิจกรรมนั้นๆ ช่วงเวลานั้นมีกลุ่มกิจกรรมใดสนใจเรื่องอะไรและควรออกแบบวางแผนและดำเนินการอย่างไรมันหมายความว่าความเชื่อมต่อกับเครือข่ายการสร้างความสัมพันธ์และกิจกรรมผูกมัดเป็นเนื้อเดียวกันอย่างเป็นธรรมชาติจะทำให้เห็นเป้าหมาย...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...กิจกรรมกับการสร้างเครือข่ายต้องมองอย่างนี้ว่า สำหรับนายกจะต้องเน้นการลงพื้นที่ไม่ว่าการลงพื้นที่ปฏิบัติงานกิจกรรม การพบปะเครือข่ายผ่านกิจกรรมชุมชนในท้องถิ่น หรือการสร้างกิจกรรมในกลุ่มสมัยเรียนตั้งแต่ประถม มัธยมโดยเฉพาะในส่วนของเครือข่ายประถมมัธยมในพื้นที่อาจมีกิจกรรม เช่น การทาสีโรงเรียน ช่วยเหลือโรงเรียนอย่างนี้เป็นต้น ตรงที่ยังสามารถมองถึงการสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายได้ง่ายที่สุดและต้องมองถึงการเป็นเครือข่ายทางการเมืองที่จะต้องทำกิจกรรมของชาวบ้านทั้งเป็นหน้าที่ในฐานะผู้ปกครองท้องถิ่น และผู้นำท้องถิ่นของประชาชน

พื้นที่นั้น การให้ความช่วยเหลือตามไถ่ความต้องการให้การสนับสนุนหรือแม้แต่การส่งตัวแทนในการเข้าร่วมทั้งส่วนของกิจกรรมจะแบ่งออกเป็นกิจกรรมของตัวนายกที่จะต้องบริหารออกแบบและวางแผนงานในการลงพื้นที่กิจกรรมต่างๆ ให้อย่างทั่วถึงและกิจกรรมขององค์กรที่สามารถออกแบบวางแผนและดำเนินงานตามแผนนโยบายที่มีไว้ การวางหน้าที่ขององค์กรและของเครือข่ายองค์กรตรงนี้ผู้บริหารองค์กรจะต้องให้ความสำคัญในการแบ่งหน้าที่การทำในส่วนรับผิดชอบของคณะผู้บริหารองค์กรตามภารกิจเป้าหมาย...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...ผู้บริหารจะต้องเอากระบวนการจัดการให้องค์กรเกี่ยวกับการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน จากการสำรวจประเมินมาเป็นเครื่องมือก่อนที่จะออกแบบโครงการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชนและอีกส่วนหนึ่งมาจากตัวผู้บริหารองค์กรหรือทีมงานลงพื้นที่หาความต้องการหรือการแก้ปัญหา ตัวขององค์กรต้องถอยกลับมาพิจารณาว่ามีโอกาสเกิดเป็นโครงการกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการแบบไหน กิจกรรมต่างๆ อาจมีทีมที่ปรึกษาวางแผนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสร้างความร่วมมือเพื่อให้กิจกรรมน่าสนใจและบรรลุเป้าหมาย...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

4.3.4 ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วย 1) การลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอในทุกเขตพื้นที่การดูแลของตน โดยการวางแผนดำเนินงานการลงพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ และจะต้องลำดับความสำคัญของกิจกรรมในการพบปะประชาชนเครือข่ายต่างๆ อย่างทั่วถึงผ่านการประชุมต่างๆ การแถลงผลงาน การพูดคุยผลงานต่างๆ รวมถึงการรับรู้ปัญหาต่างๆ มาดำเนินการแก้ไข 2) การประชาสัมพันธ์ใช้สื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่มากที่สุด เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วารสาร เสียงตามสาย รถแห่ การฝากข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุเสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้านเป็นต้น การประชาสัมพันธ์ใช้สื่อดั้งเดิมขององค์กรและเครือข่ายองค์กร 3) การประชาสัมพันธ์ใช้สื่อออนไลน์ขององค์กรโดยอาศัยเครือข่ายโซเชียลเป็นเครื่องมือในการส่งข่าวสาร เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ไลน์ ดิจิตอลเป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่มีสาระสำคัญและจำเป็นอย่างทั่วถึงและกว้างขวางยิ่งขึ้น และ 4) การสร้างการรับรู้โดยมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีในการสร้างกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ด้วยระบบออนไลน์เพื่อสร้างความสนใจความพึงพอใจให้ถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นไปตามความต้องการในการส่งข่าวสารถึงประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...กลยุทธ์สำคัญเกี่ยวกับการสนับสนุนด้านการสื่อสารแก่พนักงานหรือทีมงานด้านการสื่อสารเพื่อปฏิบัติงานเผยแพร่ข่าวสารในการสร้างความรับรู้ในการทำงานของผู้นำซึ่ง ปัจจุบัน

เทคโนโลยีได้มีผลต่อการสื่อสารและการเข้าถึงผู้รับสารทั้ง เฟซบุ๊ก เพจเว็บไซต์ ไลน์ ติ๊กต็อก ซึ่งองค์กรจะต้องมีความสามารถบริหารจัดการเครือข่ายโซเชียลเหล่านี้เป็นเครื่องมือให้กับผู้รับสารอย่างทั่วถึงในทุกกลุ่ม ผู้บริหารหรือผู้นำจะต้องสร้างการรับรู้ในพื้นที่ด้วยการลงพื้นที่รับฟังความคิดเห็นสร้างความเข้าใจกับประชาชน เมื่อที่กล่าวไปข้างต้นว่ากลยุทธ์มันผูกมัดเป็นเนื้อเดียวกันตามธรรมชาติ ฉะนั้นแล้วกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ของผู้นำเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้นำจะต้องแสดงศักยภาพด้านการสื่อสารทั้งด้วยตนเองหรือทีมงานผู้บริหารในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ของผู้นำให้ได้รับความเชื่อมั่นในการบริหารงาน...” (มณี ศรีสมุทร, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2566)

“...การสร้างการรับรู้ต้องเริ่มจากตัวผู้นำในการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอทั้งการปฏิบัติหน้าที่และการลงพื้นที่ส่วนตัวในการพบปะประชาชนเครือข่ายกิจกรรมการสร้างการรับรู้เป็นการสร้างความเข้าใจความต้องการของทั้งตัวนายกและประชาชนที่ต้องอาศัยทักษะการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ของตัวนายกที่แสดงออกให้ประชาชนเห็นสิ่งเหล่านี้จะต้องวางแผนในการลงพื้นที่ทั้งผ่านกิจกรรมขององค์กรและกิจกรรมในการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายทั้งในทางการเมืองและเครือข่ายองค์กร การสร้างการรับรู้เรื่องผลงานมีความสำคัญใช้เวลาเสร็จ 1 ปีแล้วจะมาแถลงผลงานจะต้องหาเวทีในการแสดงผลงานอย่างต่อเนื่องทั้งในการประชุม งานสาธารณะเวทีชาวบ้านในพื้นที่ต้องสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง แม้แต่การฝากข่าวประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายเอง เช่น เสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้าน หนังสือพิมพ์ สิ่งสำคัญผู้บริหารจะต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้งวารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ ถึงแม้จะไม่ใช่ที่นิยมแต่ก็มีความสำคัญในการสร้างการรับรู้และจดจำเพราะป้ายประชาสัมพันธ์ตั้งอยู่ในที่นั้นๆ ผ่านมาผ่านไปก็เห็นและต้องคำนึงถึงจุดจำนวนผู้ที่สนใจเพื่อสร้างการรับรู้เฉพาะจุดและติดตั้งที่ชุมชนหรือพื้นที่คนเห็นได้ง่าย และที่สำคัญในปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารของประชาชนผ่านโลกออนไลน์อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งสิ้นงานหน้าที่หลักของประชาสัมพันธ์จึงต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนข่าวสารต่างๆ ให้ประชาชนรับรู้ให้มีความน่าสนใจและต้องการข่าวสารนั้น...” (สิงห์ สิงห์ขจร, สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2566)

“...ผู้นำจะต้องสามารถถ่ายทอดไอเดียต่างๆ ที่สามารถให้ทีมงานเข้ามาช่วยได้ ซึ่งเรื่องข้อมูลนั้นสำคัญเพราะผู้นำจำเป็นจะต้องสื่อสารไปทั้งภายในองค์กรภายนอกองค์กรและประชาชนและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งสื่อมวลชนสื่อองค์กรทั้งแบบดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงและแพร่กระจายอย่างไร้ขีดจำกัด ซึ่งผู้นำและทีมงานสามารถเข้าฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญชำนาญการในการวางแผนการสื่อสารในด้านต่างๆ ทั้งการใช้เทคโนโลยีสื่อสารหรือการจัดกระบวนการสื่อสาร หรือใช้เทคโนโลยีสื่อสารในการร่วมประเมินผลการรับรู้เพื่อนำข้อมูลมาประมวลผลในด้านต่างๆ ซึ่งมันจะช่วยให้ผู้บริหารและองค์กรมีข้อมูลมหาศาลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก สำหรับผู้นำและทีมงานการรับฟังความคิดเห็นประชาชนมีกันมาตั้งนานแล้วเป็นเทคนิคของผู้บริหารองค์กรที่จะใช้ทักษะต่างๆ ในการสร้างการรับรู้ให้เกิดการยอมรับจากการลงพื้นที่

ซึ่งปกติแล้วผู้บริหารองค์กรและทีมงานถือว่าต้องทำในฐานะผู้นำท้องถิ่นที่จะต้องพบเครือข่ายทั้งเป็นทางการที่เป็นกิจกรรมองค์กรตรวจเยี่ยมพื้นที่หรือการไปพบปะแบบไม่เป็นทางการในรูปแบบต่างๆ เช่น ไปงานขึ้นบ้านใหม่ งานบวช เป็นต้น...” (สุภาภรณ์ ศรีดี, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2566)

สรุปการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รายละเอียด คือด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วยการจัดการการลงพื้นที่ การสร้างความสนิทสนม เข้าใจและการให้ความเชื่อมั่นการจัดการเครือข่ายในการลงพื้นที่ระดับต่างๆ และการจัดการกระบวนการพัฒนาเครือข่ายไปพร้อมกับทีมงานด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วย การลงพื้นที่ด้วยตนเองการรักษาสัมพันธ์ภาพกับสมาชิกเครือข่ายการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนและการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมประกอบด้วยการสร้างกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การกำหนดกิจกรรมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนร่วมกับองค์กรการยึดหลักตอบสนองความต้องการของประชาชนและกิจกรรมมีความหลากหลายของกิจกรรมตามความต้องการของประชาชนและมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมายด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ประกอบด้วยการลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอในทุกเขตพื้นที่ชุมชนต่างๆ การประชาสัมพันธ์ใช้สื่อสารทุกช่องทางและเน้นการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อออนไลน์ และการมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีในการสร้างกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ด้วยระบบออนไลน์

ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้

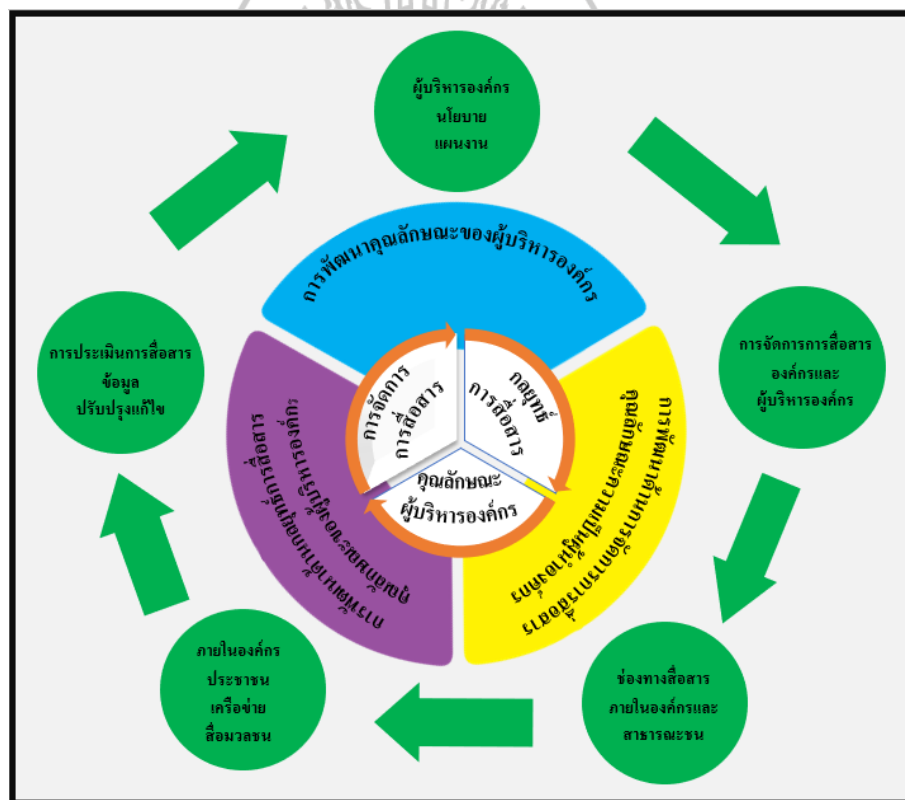
จากการศึกษาได้ข้อค้นพบว่าผู้บริหารองค์กรมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคนไม่เหมือนกันโดยคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรนั้นถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงตัวตนและแสดงถึงพฤติกรรมทางกาย วาจา และใจออกไปสู่สายตาผู้ร่วมงาน ประชาชน หรือผู้พบเห็นให้เกิดการรับรู้ และมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งในเชิงบวกและเชิงลบด้วยเช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนั้นผู้บริหารองค์กรจะต้องกระทำการสื่อสารคุณลักษณะที่ดีอาศัยกระบวนการจัดการการสื่อสารทั้งในรูปแบบของสื่อสารองค์กรและด้วยตนเองด้วยกิจกรรมองค์กรและบริบทของพื้นที่ และกำหนดการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีรูปแบบวิธีการทิศทางและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนถึงประชาชนหรือผู้รับสารเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรประสิทธิภาพเกิดความสัมพันธ์ผลทางการสื่อสารที่สามารถก่อให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ ชื่นชม ชื่นชอบ การสนับสนุนและนำไปสู่ความนิยมทางการเมืองของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ 3 ประเด็น ดังนี้

1) การพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรในการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง เกี่ยวกับสมรรถนะทางการสื่อสารและความเป็นผู้นำองค์กรโดยผู้บริหารองค์กร

จำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะคุณลักษณะด้านทักษะการสื่อสาร บุคลิกภาพและท่าทางการแสดงออกต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลด้วยการเรียนรู้ฝึกฝนพัฒนาด้วยตนเองหรือการฝึกฝนอบรมจากสถาบันต่างๆ

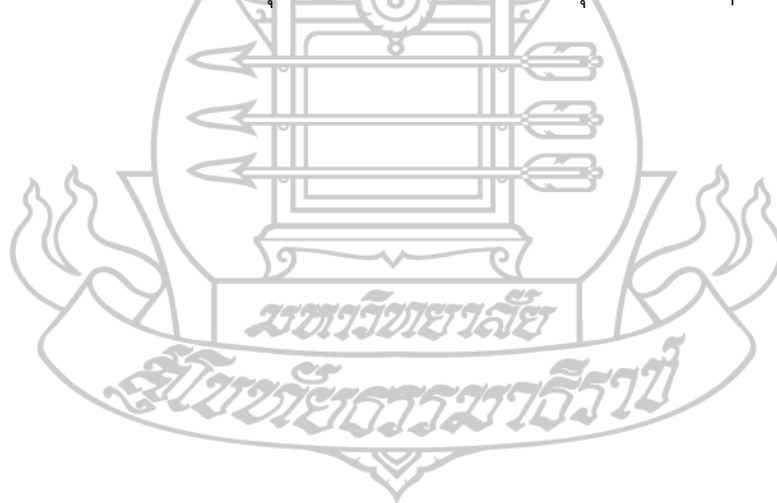
2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง เกี่ยวกับการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และการจัดการประเมินผลการสื่อสารโดยองค์กรต้องจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารและทีมผู้ปฏิบัติงานงาน

3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมและกลยุทธ์การสร้างการรับรู้โดยผู้บริหารองค์กรจะต้องวางแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์กับมวลสมาชิก การจัดกิจกรรมและการสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง และการประเมินผลการสื่อสารที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 4.14 แสดงการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

จากภาพที่ 4.14 จะเห็นความสัมพันธ์ 3 ส่วน คือ 1) การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพและเกิดความสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร 2) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารทั้งในส่วนของผู้บริหารองค์กรและประชาสัมพันธ์องค์กรจากการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้การสื่อสารที่สอดคล้องกับสถานการณ์ความต้องการประเด็นเนื้อหาสารบริบทพื้นที่ และเทคโนโลยีสื่อสารประกอบด้วย คือ การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรและ 3) กระบวนการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรจะต้องมีนโยบายด้านการสื่อสารองค์กรและแผนงานสื่อสารของตนในฐานะผู้ส่งสารเข้าด้วยกันโดยผู้บริหารองค์กรจะต้องวางแผนและดำเนินการจัดการการสื่อสารองค์กรในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กรอาศัยช่องทางสื่อสารที่เป็นทางการขององค์กรและสื่อสารด้วยตัวเองในการบริหารองค์กรและเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชน และจะต้องให้ความสำคัญกับการประเมินการสื่อสารจากผู้ประเมินภายในและภายนอกที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่เชื่อมโยงของกลยุทธ์ด้านต่างๆ เข้าด้วยกัน



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารโดยบทที่ 5 ซึ่งเป็นบทที่ว่าด้วยสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) สรุปผลการศึกษา 2) อภิปรายผลการศึกษา และ 3) ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ด้านประวัติและภูมิหลัง 2) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร และ 3) ด้านความเป็นผู้นำองค์กรสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.1.1 ด้านประวัติและภูมิหลัง มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประวัติและภูมิหลัง การทำงานเพื่อช่วยเหลือประชาชน และการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า 1) ประวัติที่ดีได้แก่ (1) การศึกษาระดับปริญญาตรีจนถึงระดับปริญญาเอก มีอาชีพมั่นคงและการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว ญาติพี่น้อง กลุ่มเครือข่ายทางการเมือง และกลุ่มอาชีพต่างๆ (2) ผลงานรางวัลของความสำเร็จให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและสร้างความภาคภูมิใจกับองค์กรในระดับชาติและระดับท้องถิ่น และ (3) ความน่าเชื่อถือที่เกิดจากมีความจริงใจเป็นกันเอง นโยบายที่ตอบสนองความต้องการและการแก้ปัญหา การรับฟัง พุดจริงทำจริง และการเป็นแบบอย่างที่ดี 2) การทำงานด้านช่วยเหลือสังคมและเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนได้แก่ (1) การสนับสนุนและทำงานเพื่อช่วยเหลือประชาชนที่โดยการลงพื้นที่ด้วยตนเองและมอบหมายตัวแทนให้การสนับสนุนให้การช่วยเหลือสังคมผ่านองค์กรต่างๆ ในเบื้องต้นแก่ประชาชน และเข้าช่วยเหลือเป็นการส่วนตัวและ (2) การทำงานตามภารกิจในกิจกรรมต่างๆ ตามแผนนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นด้านต่างๆ ที่กำหนดร่วมกับองค์กรเครือข่ายต่างๆ และกิจกรรมเร่งด่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นและประชาชน และการทำงานตามบทบาทความเป็นผู้นำท้องถิ่นกับประชาชน

1.1.2 ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย สมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญในการพูด การฟัง การนำเสนอ และการวิเคราะห์ การแสดงออกถึงบุคลิกภาพที่เหมาะสม การสร้างเสริมสัมพันธอันดีและจริงใจ และความสามารถใช้เทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการทำงานและการบริหารองค์กรของผู้บริหารองค์กร พบว่า

1) สมรรถนะทางการสื่อสารด้วยการพูด การฟัง การนำเสนอและการวิเคราะห์ ได้แก่ (1) ทักษะการพูด โดยมีการใช้ภาษาภาคได้สำเนียงท้องถิ่นกับบุคคลและประชาชนในพื้นที่ให้ดูเป็นกันเองกระชับเข้าใจง่าย ชัดถ้อยชัดคำ และการใช้ภาษาของภาคกลางในการพูดคุยสนทนาที่มีลักษณะเป็นทางการตามความเหมาะสม (2) ทักษะการฟัง โดยให้ความสำคัญกับการฟังและข้อสงสัยต่างๆ การเก็บเป็นประเด็นในการโต้ตอบกับผู้สนทนา และ (3) ทักษะการนำเสนอและการวิเคราะห์ โดยพูดเน้นย้ำประเด็นที่สำคัญ และการปรับใช้ภาษากับผู้สนทนาในการอธิบายเรื่องราวต่างๆ ที่มีความซับซ้อนให้เข้าใจง่าย และการสังเกตพฤติกรรมและปฏิกิริยาของผู้สนทนาในสิ่งที่นำเสนอ 2) บุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรม มารยาท ท่าทาง การส่ารวมของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) การแต่งกาย เสื้อผ้า หน้าผมมีความสุภาพเรียบร้อยดูตามระเบียบราชการและเน้นการใช้เสื้อผ้าพื้นถิ่นที่เหมาะสมกับกิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีตามบริบทของท้องถิ่น (2) การแสดงออกต่างๆ ที่ดีเหมาะสม ด้วยท่าทางยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร กระฉับกระแจ้วองไว เข้าถึงง่ายและตอบรับการทักทายด้วยรอยยิ้ม และ 3) ภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) ภาวะผู้นำที่มีจิตใจที่เข้มแข็ง (2) มีจุดมุ่งหมายในการทำงานและเป้าหมายที่ชัดเจน (3) อดทนต่อแรงกดดันกับปัญหาไม่หวั่นไหว (4) เปิดกว้างรับฟังความคิดเห็น (5) กล้าเผชิญกับปัญหา และ (6) การเป็นแบบอย่างให้กับพนักงานและประชาชน และ 4) การใช้เทคโนโลยีสื่อสารได้แก่ (1) สามารถใช้เทคโนโลยีในการบริหารองค์กรพื้นฐาน และ (2) สามารถใช้เทคโนโลยีติดต่อสื่อสารกับประชาชนด้วยเครือข่ายออนไลน์ประเภทต่างๆ และมีการใช้โทรศัพท์พื้นฐานติดต่อทางเบอร์ของสำนักงานและส่วนตัว

1.1.3 ด้านความเป็นผู้นำองค์กร มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย หลักการ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ และความเข้าใจในอำนาจบทบาทหน้าที่ความสามารถในการปฏิบัติงานและการบริหารชี้แนะ สิ่งสำเร็จตามเป้าหมาย การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือ การให้ความสำคัญกับปัญหา การรับดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ และการวางตนที่เหมาะสมเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) การบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จ ได้แก่ (1) การเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตนตามกฎหมายและกฎระเบียบของระบบราชการ (2) การลำดับขั้นตอนการชี้แนะสั่งการให้เป็นไปตามของระบบราชการและการตรวจสอบการทำงานย้อนหลังได้ในทุกขั้นตอน (3) การทำงานเน้นความรวดเร็วถูกต้อง และ (4) แนวทางปฏิบัติการแก้ปัญหาต่างๆ ตามความยากง่าย มีการแบ่งหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบ และการเข้ามามีส่วนร่วมเข้ามาร่วมแก้ปัญหาหรือแก้ปัญหาด้วยตนเอง 2) หลักการ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ในการบริหารงาน และความเข้าใจใน

บทบาทหน้าที่ ได้แก่ (1) หลักการแนวทางการปฏิบัติงานตามระเบียบกฎหมายให้ไว้ซึ่งอำนาจหน้าที่ เน้นความโปร่งใสตรวจสอบได้และการยึดหลักความคุ้มค่าต่อประโยชน์ส่วนรวม (2) เป้าหมายที่มีความคาดหวังในการทำงานที่มุ่งหวังผลิตนโยบายสาธารณะให้ตรงกับความต้องการของประชาชน สร้างความร่วมมือประสานประโยชน์ขององค์กรภาครัฐ เอกชนและประชาชน และความคาดหวังต่อนโยบายพัฒนาท้องถิ่นระยะยาวให้สัมฤทธิ์ผล (3) วิสัยทัศน์ในการสร้างและพัฒนานโยบายท้องถิ่น และการบริการสู่ความเป็นเลิศมุ่งเน้นให้เป็นองค์กรให้ทันสมัย และ (4) ทักษะความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ซึ่งกฎหมายระเบียบราชการท้องถิ่น การวางแผนการจัดการองค์กร และการควบคุมสั่งการ ผลักดันการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย 3) การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือ และการเป็นนักประชาธิปไตย ได้แก่ (1) การให้ความสำคัญกับขอบเขตอำนาจหน้าที่รับผิดชอบขององค์กร การหาความรู้เพิ่มเติม และศึกษาทางเลือกด้วยคำนึงถึงข้อดีข้อเสียและประโยชน์ที่จะได้รับเพื่อประกอบการตัดสินใจ (2) การสร้างความร่วมมือ มี 3 ระดับ ได้แก่ ระดับภายในองค์กร ระดับเครือข่ายองค์กร ระดับเอกชนและประชาชน และ (3) การให้ความสำคัญในการเปิดโอกาสให้ประชาชน เจ้าหน้าที่ พนักงานร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกำหนดแนวทางต่าง ๆ ผ่านเวทีการประชุมองค์กร เวทีเสวนาในระดับต่าง ๆ และการเปิดให้แสดงความคิดเห็นร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่องค์กรและระบบเครือข่ายออนไลน์ขององค์กร 4) การวางตนที่เหมาะสม และการสร้างความสัมพันธ์อันดี ได้แก่ (1) การแต่งกายตามระเบียบราชการและถูกกาลเทศะกับกิจกรรมรวมถึงบริบทวัฒนธรรมของพื้นที่ การแต่งกายในการลงพื้นที่ หรือการใช้ชีวิตประจำวันมีลักษณะเช่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ทั่วไป และการดูแลเสื้อผ้าหน้าผมให้ดูสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมอยู่เสมอ (2) การแสดงออกถึงความเป็นกันเอง ความเป็นพี่น้องกับผู้ร่วมงาน มีความจริงและใจความมีน้ำใจ และ (3) การทำตัวเป็นบุคคลสาธารณะ ทักทายปราศรัยอย่างเป็นกันเอง อ่อนน้อมถ่อมตน และการสร้างความประทับใจ และ 5) การทำเพื่อประโยชน์ให้กับประชาชนในพื้นที่ และการให้ความสำคัญกับปัญหาและการริบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้แก่ (1) การลงพื้นที่ดูแลตรวจสอบการดำเนินการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง สอบถามและรับฟังความคิดเห็น ความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การสร้างและกิจกรรมการช่วยเหลือและพัฒนาสังคมด้านต่าง ๆ ส่งเสริมการร่วมออกแบบพัฒนานโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ ตามความสนใจของประชาชน และ (2) การลำดับความเร่งด่วนในการแก้ปัญหาให้การสนับสนุนช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ และมีหน่วยงานการประสานงานการร้องเรียนและแก้ไข

1.2 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และ 3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.2.1 ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร มีสาระสรุปผล ประกอบด้วย การออกแบบอย่างสร้างสรรค์หรือปรับปรุงเพิ่มเติมถึงคุณสมบัติของผู้บริหารองค์กรให้มีความเฉพาะตัวเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่และการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในด้านความรู้ความสามารถ ภาพลักษณ์บุคคลสาธารณะ การบริหารงาน การปฏิบัติหน้าที่ และทักษะการสื่อสารให้มีความโดดเด่น สะดุดตา เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่รู้สึกชื่นชมชื่นชอบ ให้ความร่วมมือให้การสนับสนุน และเป็นที่ยังประสงค์ พบว่า 1) การจัดการความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล ได้แก่ (1) การเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์มุมมองและวิสัยทัศน์ด้วยการเรียนรู้จากกรอบรมสัมมนาต่างๆ (2) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากหน่วยงานและผู้มีประสบการณ์และผู้เชี่ยวชาญ และ (3) การศึกษาเพิ่มเติมในองค์ความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับภารกิจของผู้บริหารองค์กร มีมุมมองและการวางแผนในการพัฒนาท้องถิ่นระยะยาว และส่งเสริมบุคลากรและเจ้าหน้าที่ด้านความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ 2) การจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ (1) บุคลิกการแต่งกายที่เหมาะสมถูกกาลเทศะและการแต่งกายที่ทำให้ประชาชนรู้สึกใกล้ชิดเมื่อยามลงพื้นที่ (2) บุคลิกท่าทางที่มีความอ่อนน้อมถ่อมตนแสดงออกถึงความมีน้ำใจและเป็นที่ยังพา (3) การแสดงถึงความเชื่อมั่นในตัวเอง (4) การยอมรับความคิดเห็นผู้อื่น (5) ทักษะการโน้มน้าวสร้างความรับรู้และเข้าใจกับประชาชนได้ดี และ (6) การแสดงถึงความเป็นผู้นำที่ทันสมัย 3) การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุด ได้แก่ (1) การกำหนดเป้าหมายวางแผนการวิเคราะห์นโยบายและการแก้ปัญหาด้วยการประชุม การรับข้อร้องเรียนและการสำรวจความต้องการของประชาชน (2) การจัดองค์กรออกเป็นกองงานและสำนักงานให้เป็นผู้รับผิดชอบตามภารกิจ (3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมประชาชนในพื้นที่ และ (4) การติดตามผลดำเนินงานต่างๆ และการประสานงานตามอำนาจหน้าที่และกลไกของระบบราชการ และ 4) การจัดการด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอการวิเคราะห์และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่ (1) การเตรียมตัวในเรื่องที่จะพูดและก่อนการนำเสนออย่างเข้าใจ (2) ทักษะการฟังจับประเด็นเพื่อการสนทนาโต้ตอบอย่างตรงประเด็น (3) การร่วมแสดงความคิดเห็นไปสู่ข้อแลกเปลี่ยนทางความคิด (4) การคำนึงถึงผู้สนทนาทั้งระบบความรู้พื้นฐานภาษาทัศนคติและการใช้น้ำเสียง และ (5) การวางแผนใช้ระบบเทคโนโลยีสื่อสารในการบริหารองค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประชาชนในพื้นที่ควบคู่กับการใช้

ระบบการเผชิญหน้าพร้อมส่งเสริมการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรผ่านระบบเครือข่ายออนไลน์ที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่ได้มากขึ้นสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.2.2 ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การจัดเตรียมการ การดำเนินงานสื่อสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร และการจัดเตรียมช่องทางการสื่อสารในการบริหารองค์กร เจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในองค์กร และช่องทางการสื่อสารไปสู่ประชาชนในพื้นที่ พบว่า 1) การจัดการวางแผนการสื่อสารการบริหารงานชี้แนะและสั่งการในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดประสงค์ ได้แก่ (1) การจัดเตรียมดำเนินงานถ่ายทอดคำสั่งตามระบบระเบียบราชการ (2) การมอบหมายงานถ่ายทอดคำสั่งในรูปแบบเอกสารวาจาและผ่านระบบเครือข่ายออนไลน์ในระดับผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายผู้รับผิดชอบ และ (3) การมอบหมายถ่ายทอดคำสั่งในรูปแบบเผชิญหน้าด้วยการประชุมองค์กร ประชุมเครือข่าย และการสนทนาพูดคุยส่วนตัว 2) การจัดการดำเนินการด้านรูปแบบเนื้อหาข่าวสารและภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร ได้แก่ (1) การมอบหมายจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างเป็นระบบ (2) การกำหนดรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ (3) การกำหนดเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับภารกิจขององค์กรและข่าวสารที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของประชาชน (4) การออกแบบสื่อและช่องทางการสื่อสารที่เน้นความเข้าใจ ความน่าสนใจ น่าติดตามและถูกต้องตามข้อบังคับการเผยแพร่ข่าวสารภาครัฐ และ (5) การสอดแทรกภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรในการออกแบบสื่อต่างๆ ขององค์กร และ (6) การนำเสนอด้วยการประชาสัมพันธ์ขององค์กรตามช่องทางการสื่อสารต่างๆ และ 3) การจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน ได้แก่ 1) การจัดการช่องทางการสื่อสาร 4 ระดับ คือ ผู้บริหารองค์กรกับหัวหน้าฝ่าย ผู้บริหารองค์กรกับเครือข่ายองค์กร ผู้บริหารองค์กรกับตัวแทนและผู้นำชุมชน และผู้บริหารองค์กรกับประชาชนในพื้นที่ และ (2) การใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารของผู้บริหารองค์กรและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์กรมีการผสมผสานตามความเหมาะสมสะดวกกับผู้ใช้งานและการให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

1.2.3 ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร มีสาระสรุปผลการศึกษาประกอบด้วย การดำเนินการตรวจสอบผล การเปิดรับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) ความสำคัญของการประเมินการรับรู้ข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) การให้ความสำคัญในการประเมินความร่วมมือการแสดงความคิดเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชน และ (2) การให้ความสำคัญกับการประเมินรับรู้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ของประชาชนในพื้นที่ 2) ขั้นตอนของการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทศนคติ วิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่ (1) การมอบหมายให้เจ้าหน้าที่เป็นผู้ประเมินตามลำดับขั้นตอนวัตถุประสงค์วิธีการรูปแบบ การดำเนินการและการวิเคราะห์และการ

ประเมินผลเพื่อนำมาแก้ไขและใช้ประโยชน์ต่อไปอย่างเป็นระบบ และ (2) การประเมินด้วยตนเอง คือ การลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมขององค์กรและบริบททางสังคม

3) ผู้ดำเนินการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรได้แก่ (1) การประเมินจากภายนอกด้านการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะและประชาชน คือ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) และ (2) การมอบหมายเจ้าหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการประเมินจากภายในองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญดำเนินการประเมินในรูปแบบต่างๆ และการประเมินด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการและวัดผลจากความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อความนิยมของตนเองและ 4) การนำผลไปดำเนินการหลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ วิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ (1) การนำผลของการประเมินการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะและประชาชน (2) การนำผลการประเมินจากภายนอกองค์กรเข้าที่ประชุมพิจารณาจุดเด่น จุดด้อย และการแก้ไขปรับปรุง (3) การนำผลการประเมินจากองค์กรภายในร่วมประชุมเพื่อการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชนครั้งต่อไป และผู้บริหารองค์กรนำผลการประเมินด้วยตนเองในการสร้างความรับรู้และเข้าใจกับประชาชน

1.3 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย 2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ 3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และ 4) ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.3.1 ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย มีสาระสรุปผลการศึกษาประกอบด้วย การสร้างรูปแบบ วิธีการ และทิศทางในการสื่อสารเพื่อการจัดการรวมกลุ่มคนเป็นกลุ่มๆ ในพื้นที่โดยการจัดระเบียบโครงสร้างเครือข่าย การมีเป้าหมายและผลประโยชน์ร่วมกันของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า 1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ (1) การลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยและสนิทสนม (2) การแสดงถึงแนวคิดอุดมการณ์ และการสร้างประโยชน์ต่อสาธารณะด้วยความเสียสละ มุ่งมั่น และจริงใจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและรู้สึกเป็นที่พึ่งพาของประชาชน (3) การลงพื้นที่และจัดการพื้นที่เครือข่ายในหลายระดับ ได้แก่ เครือข่ายองค์กร เครือข่ายผู้นำชุมชน และเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ และ (4) การแสดงตนถึงความมุ่งมั่นด้วยความจริงใจในการผลักดันให้การสนับสนุนเครือข่ายผู้นำชุมชนและประชาชนพร้อมทั้งแนวทางการแก้ปัญหา การรับฟังปัญหา และความต้องการเพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นที่พึ่งพาได้และไว้วางใจในการทำงาน 2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ (1) การกำหนดเป้าหมายและการวางแผนการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายตามแผนการปฏิบัติงานและภารกิจลงพื้นที่ตามบริบทสังคมท้องถิ่น (2) การแลกเปลี่ยนข้อมูลการแสดงความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเครือข่ายต่างๆ ด้วยความ

จริงใจ ความเป็นกันเองไปสู่การยอมรับของเครือข่ายและประชาชน (3) การเปิดและการสร้างช่องทางการติดต่อระหว่างกันกับกลุ่มเครือข่ายในระดับกลุ่มและระดับความเป็นส่วนตัว (4) การเสริมสร้างกิจกรรมให้กลุ่มเครือข่ายที่ต่างกันได้มาร่วมกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงและประสานประโยชน์เป้าหมายร่วมกัน และ (5) การรักษาความสัมพันธ์อันดีด้วยการให้ความสำคัญกับการพูด การรับฟังความคิดเห็นและการติดต่อประสานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เครือข่ายรู้สึกไม่ถูกทอดทิ้งและเป็นที่ยอมรับได้

3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ (1) การวางแผนการเตรียมการและดำเนินการลงพื้นที่ตามการปฏิบัติหน้าที่ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า (2) การลงพื้นที่ในการพบปะพูดคุยเครือข่ายและประชาชนตามบริบทสังคม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นในลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมเพื่อสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายด้วยความเป็นกันเองสร้างความคุ้นเคยและสนิทสนม และ (3) การให้การสนับสนุนเครือข่ายการให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างความรู้สึกเห็นใจ ความเข้าใจและอบอุ่นเหมือนครอบครัวเดียวกัน 4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ (1) การวางแผนรูปแบบการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรและการจัดเตรียมแผนการดำเนินการในการลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับเครือข่ายต่างๆ (2) การลงพื้นที่ที่พบปะเครือข่ายต่างๆ เพื่อการเข้าร่วมพูดคุยและให้ความสนิทสนมเอาใจใส่ตามภารกิจหน้าที่ในบริบทของสังคม ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น (3) การใช้เทคโนโลยีในการติดต่อประสานและเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน (4) การจัดการเครือข่ายและระดับเครือข่ายด้วยการควบคุมดูแลรักษาเครือข่ายในการประสาน ประโยชน์และความต้องการร่วมกัน (5) การสร้างกลุ่มตัวแทนเครือข่ายเป็นผู้ประสานงานความต้องการของเครือข่ายและประชาชนในพื้นที่ และ (6) การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมที่สร้างความใกล้ชิดสนิทสนมอย่างเป็นกันเอง และ 5) การประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ (1) การตรวจสอบประเมินจากเจ้าหน้าที่องค์กรในเชิงคุณภาพและปริมาณ (2) การใช้เทคโนโลยีเครือข่ายออนไลน์ร่วมในการประเมินเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในภารกิจกิจกรรม และ (3) การประเมินด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรด้วยการสังเกตจากพฤติกรรมของเครือข่ายที่ได้พูดคุยพบเจอหรือสนทนา

1.3.2 ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย กระบวนการสร้างรูปแบบ วิธีการ และการพัฒนาการเครือข่ายและความสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการแสดงออกถึงความใกล้ชิดสนใจเอาใจใส่ การเสริมสร้างและการเกื้อหนุนพึ่งพากัน การมีส่วนร่วมกับภายในองค์กร เครือข่ายองค์กรและประชาชนของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ (1) การลงพื้นที่เน้นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าด้วยการพูดคุยทั้งในระดับกิจกรรมในพื้นที่ เวทีการประชุม และเวทีสาธารณะทั่วไป (2) การสร้างความสัมพันธ์สภาพด้วยการพูดคุยด้วยความสนิทสนมให้รู้สึกเหมือนรู้จักคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวในลักษณะสร้างความเป็นกันเอง (3) การวางแผนออกแบบกิจกรรมขององค์กรให้สามารถดำเนินการสร้างสัมพันธ์สภาพและปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร เครือข่ายและประชาชนร่วมกันได้ (4) การเข้าร่วมกิจกรรมตามบริบทสังคมประเพณี

และวัฒนธรรม และ (5) การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและขยายความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเครือข่ายและประชาชนในพื้นที่ 2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ (1) การลงพื้นที่เน้นการสร้างความเข้าใจและการรับฟังเพื่อให้เกิดการไว้วางใจ (2) การลงพื้นที่สำรวจความต้องการและการแก้ปัญหา นำมาสู่การวางแผนและการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ และ (3) การวางแผนดำเนินการสร้างสัมพันธ์ด้วยกิจกรรมขององค์กรและกิจกรรมทางบริบทสังคมท้องถิ่นเพื่อไปสู่การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน 3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ ได้แก่ (1) การวางแผนการดำเนินการกิจกรรมขององค์กรในการสร้างสัมพันธ์กับเครือข่ายทุกระดับ (2) การลงพื้นที่กิจกรรมทางสังคมและบริบทสังคมท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอและเตรียมความพร้อมปฏิบัติหน้าที่ที่มีความสำคัญเร่งด่วนจำเป็นและความเหมาะสม (3) การสร้างและการเปิดโอกาสร่วมพูดคุยระหว่างกันกับกลุ่มเครือข่ายเมื่อมีโอกาสทันที (4) การเปิดช่องทางการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ และ (5) การเสริมสร้างกลุ่มเครือข่ายให้มีการเชื่อมโยงด้วยกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรในพื้นที่เดียวกัน 4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ ได้แก่ (1) การกำหนดวางแผนและดำเนินงานกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ (2) การมีพื้นที่สำหรับการรับฟัง ร่วมคิดร่วมตัดสินใจและความร่วมมือไปสู่เป้าหมายเดียวกัน (3) การวางแผนการสร้างสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายต่างๆ ให้มีความเชื่อมโยงด้วยแผนกิจกรรมขององค์กรและภารกิจตามบริบทของสังคมท้องถิ่น (4) การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนช่วยสนับสนุนในการสร้างปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์อันดี และ (5) การนำผลการประเมินในด้านความสัมพันธ์ขององค์กรและประชาชนมาปรับปรุงแก้ไขอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ และ 5) การประเมินกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ ได้แก่ (1) การตรวจประเมินจากเจ้าหน้าที่องค์กรด้านความสัมพันธ์ทั้งภายในองค์กรกับประชาชนในพื้นที่ (2) การวิเคราะห์สภาพความสัมพันธ์จากการสำรวจลงพื้นที่การให้ความร่วมมือในกิจกรรม (3) การประเมินด้วยตัวชี้วัดด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (4) การประเมินที่หลากหลายแหล่งข้อมูลที่ดำเนินการประเมินในการนำผลมาวิเคราะห์ (5) การวัดผลการประเมินความสำเร็จด้านความสัมพันธ์และการขยายเติบโตของเครือข่ายที่มีลักษณะเชื่อมโยงกันทั้งระบบ (6) การนำผลมาประเมินมาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และ (7) การนำผลการประเมินด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรมาเป็นส่วนหนึ่งของการนำมาปรับปรุงแก้ไขด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์กรและของผู้บริหารองค์กร

3.1.3 ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย รูปแบบ กิจกรรม การดำเนินการกิจกรรม และการประเมินผลกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับภายในองค์กร ภายนอกองค์กร และประชาชนในพื้นที่ของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ (1) กิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะและสร้างความสัมพันธ์ขององค์กร

เครือข่ายองค์กรและประชาชนในแผนนโยบายประจำปี และ (2) กิจกรรมจะต้องส่งเสริมทักษะและความร่วมมือในทุกภาคส่วนของประชาชนและตรงกับความต้องการของกลุ่มประชาชนในพื้นที่กลุ่มต่างๆ 2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ (1) การวางแผนรูปแบบและลักษณะกิจกรรมตามความสนใจของเครือข่ายและประชาชนโดยรูปแบบและกิจกรรมขององค์กรคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรม ระยะเวลา งบประมาณและผู้เข้าร่วมกิจกรรม (2) การรวบรวมข้อมูลความต้องการและความสนใจของเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ในการพิจารณาส่งเสริมกิจกรรม และ (3) การวางแผนการดำเนินการ การเตรียมความพร้อมและการประเมินผลกิจกรรมทุกครั้ง 3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ (1) การทบทวนแผนกิจกรรมในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนมีการดำเนินงานตามแผนอย่างรอบคอบและมีแนวทางแก้ไขมีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์แต่จะคงรูปแบบและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (2) การติดตามตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมทุกครั้ง 4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ (1) การวางแผนการสร้างกิจกรรมที่ครอบคลุมความต้องการของประชาชนสมาชิกผู้เข้าร่วมกิจกรรม (2) การวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายให้เกิดความเหมาะสมและคำนึงถึงประสิทธิภาพประสิทธิผลของกิจกรรมสูงสุด (3) การนำผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์เป็นผู้ดำเนินการถ่ายทอดกิจกรรมที่ต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ (4) การใช้บุคลากรและนักวิชาการเครือข่ายองค์กรจากภายนอกมาช่วยส่งเสริมเชื่อมโยงความสัมพันธ์ภายในองค์กร (5) การสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ส่งเสริมความร่วมมือของผู้เข้าร่วมกิจกรรม (6) การใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประสานงานกิจกรรมและการประเมินผล (7) การนำผลการประเมินมาทบทวนหาแนวทางการพัฒนากิจกรรมครั้งต่อไป และ 5) การประเมินกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ (1) การประเมินการวางแผน การดำเนินงาน กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (2) การนำผลการประเมินมาเปรียบเทียบกับความสอดคล้องกับกิจกรรมในลักษณะใกล้เคียงกันหรือเหมือนกัน (3) การออกแบบและประเมินผลด้วยวิธีต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และ (4) การวิเคราะห์ผลสรุปการประเมินและการนำไปปรับปรุงกิจกรรมครั้งต่อไป

1.3.4 ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย การสร้างรูปแบบ วิธีการ และทิศทางในการสื่อสารที่ทำให้เครือข่ายและประชาชนในพื้นที่เกิดการรับรู้ของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) ความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ (1) การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ การได้พูดคุยสอบถามความทุกข์ร้อนความต้องการและการสร้างความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่ (2) การนำเสนอผลงานชี้แจงแนวทางการแก้ไขกับเครือข่ายผ่านช่องทางเวทีการประชุม (3) การใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์ขององค์กรในการถ่ายทอดข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่ และ (4) การเพิ่มพื้นที่การกระจายข่าวสารโดยการฝากข่าวสารประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานและผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องขององค์กรในการช่วยกระจายข่าว 2) ขั้นตอนปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ (1) การวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารนโยบายการพัฒนาและการแก้ไขปัญหา

ผ่านช่องทางสื่อสารที่ประชาชนเข้าถึงเพื่อสร้างการรับรู้ได้มากที่สุด (2) การใช้โอกาสพูดคุยกับกลุ่มสมาชิกองค์กร ชุมชน เครือข่ายและประชาชนโดยมีการกำหนดวาระการประชุมต่างๆ ในการสร้างการรับรู้หรือสอดแทรกประเด็นความเข้าใจร่วมกัน (3) การแลกเปลี่ยนดำเนินงานประจำปีเพื่อเผยแพร่ให้รับรู้รับทราบถึงประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึง (4) การฝากข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและเสียงตามสายของผู้นำชุมชนและเครือข่ายวิทยุในพื้นที่ และ (5) การลงพื้นที่ของผู้บริหารองค์กรอย่างสม่ำเสมอทั้งในการปฏิบัติหน้าที่ผู้บริหารองค์กรและภารกิจหน้าที่ตามบริบทของสังคมท้องถิ่นเพื่อพูดคุยกับประชาชนและมีการประเมินการรับรู้ข่าวสารของประชาชนอยู่เสมอ 3) วิธีการปฏิบัติของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ (1) การวางแผนการลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติหน้าที่และการลงพื้นที่เป็นการส่วนตัวตามภารกิจหน้าที่ในบริบทสังคมท้องถิ่น (2) การมีช่องทางเผยแพร่ข่าวสารและการเข้าถึงข้อมูลไปสู่ประชาชนในพื้นที่ (3) การนำเสนอข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและผลประโยชน์ของประชาชนสอดแทรกในกิจกรรมขององค์กร และ (4) การนำผลการประเมินการรับรู้ข่าวสารมาปรับปรุงแก้ไข 4) ปัจจัยสำคัญความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ (1) การเน้นการสื่อสารถึงประชาชนโดยตรงในลงพื้นที่ปฏิบัติงานและภารกิจหน้าที่ทางสังคม (2) แผนกิจกรรมมีการสอดแทรกการสร้างการรับรู้ข่าวสารแก่ประชาชน (3) การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงประชาชนตามความต้องการการรับรู้ข่าวสารตามช่องทางสื่อสารต่างๆ ที่มีความหลากหลายรูปแบบและ (4) การสร้างการรับรู้และการสร้างการยอมรับด้วยเทคนิคการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างความเข้าใจและไว้วางใจแก่ประชาชน และ 5) การประเมินกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ (1) การประเมินการรับรู้ข่าวสารกิจกรรมองค์กรโดยมีตัวชี้วัดต่างๆ (2) การตรวจสอบข้อมูลการประเมินการรับรู้ข่าวสารของประชาชนในช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ขององค์กร (3) การรวบรวมข้อมูลเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ตามช่องทางการเผยแพร่และรูปแบบต่างๆ (4) การนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และ (5) การประเมินการรับรู้ด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรจากการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนพร้อมหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงจุดบกพร่อง

1.4 สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย (1) การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ (3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.4.1 การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสารมีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย 1.1) สมรรถนะทักษะทางการสื่อสารได้แก่ (1) การฝึกฝนเรียนรู้เกี่ยวกับการพูด การฟัง การอ่าน การเขียน การนำเสนอและการวิเคราะห์ด้วยตนเอง และ (2) การอบรมหรือฝึกฝนด้วยนักวิชาการเกี่ยวกับการพูดในที่ชุมชน การพูดในเวทีสาธารณะ การโน้มน้าว ศิลปะการพูดเพื่อให้สัมฤทธิ์ผล การฟัง (การรับฟัง) เพื่อจับประเด็นการรับฟังข้อมูลต่างๆ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการฟัง การอ่านเพื่อการวิเคราะห์จับประเด็นข้อมูลต่างๆ จากแหล่งข้อมูล และการเขียนเพื่อถ่ายทอดแนวคิดต่างๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์บุคคลและองค์กร และการฝึกฝนการนำเสนอด้วยรูปแบบต่างๆ 1.2) สมรรถนะด้านบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ ได้แก่ (1) การฝึกฝนด้วยตนเองทั้งด้วยท่าทาง การนั่ง เดิน เสื้อผ้า หน้าผม วาจา และจิตใจเพื่อสื่อสารออกไปยังเพื่อนร่วมงาน ประชาชน และผู้พบเห็นอย่างเหมาะสมถูกต้องกับกาลเทศะและสร้างการจดจำให้แก่ผู้พบเห็น (2) การอบรมจากสถาบันการพัฒนาบุคลิกภาพที่มีอยู่ทั่วไป และ 1.3) สมรรถนะการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ (1) การเสริมสร้างความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่มีความจำเป็นในการบริหารองค์กร การติดต่อ ประสานงานในเบื้องต้นและสามารถศึกษาเรียนรู้พัฒนาตนเอง (2) การเรียนรู้จากผู้รู้ในแขนงนั้นๆ และ (3) การให้ความสำคัญและความจำเป็นทั้งในการพัฒนาร่วมกันกับบุคลากรภายในองค์กร

2) ด้านความเป็นผู้นำองค์กรมีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) การดึงคุณสมบัติและความสามารถของตนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพค้นหาจุดอ่อนจุดแข็งและแนวโน้มที่ต้องการพัฒนาให้เหมาะสม (2) สมรรถนะทักษะการสื่อสารให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงานสั่งการเพื่อให้องค์กรทำงานได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ (3) สมรรถนะความรู้หรือเพิ่มพูนความรู้ความสามารถที่มีความเกี่ยวข้องกับงานบริหารการปฏิบัติงานเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ (4) สมรรถนะการสร้างทีมงานและการบริหารจัดการทีมงานให้มีความรู้ความสามารถ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะต่างๆ การให้กำลังใจ การสร้างแรงจูงใจและการที่สร้างเป้าหมายร่วมกันในการทำงานและ 5) สมรรถนะทางด้านจิตใจและอารมณ์ผู้นำองค์กรจะต้องควบคุมอารมณ์และจิตใจของตนเองให้อยู่ในสภาวะที่มีความปกติทั้งในยามเผชิญกับเหตุการณ์วิกฤตหรือแรงกดดันต่างๆ และสามารถนำพาคนในองค์กรไปสู่ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้เกิดผลสำเร็จ

1.4.2 การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1) การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารองค์กรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์การทำงานในท้องถิ่นเป็นอย่างดี (2) การมีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ สร้างสรรค์ กระตือรือร้น ทักษะการโน้มน้าวสร้างแรงบันดาลใจ

ใจไปสู่เป้าหมาย (3) การมีภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ มุ่งมั่น จริงใจ ใจกว้าง รอบคอบ อ่อนน้อมถ่อมตน สง่าผ่าเผย สะอาด เรียบร้อย กระจับกระจาง ยิ้มแย้มแจ่มใสและ (4) การมีทักษะการสื่อสารที่สามารถสร้างความเข้าใจในการบริหารงานกับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างดี และมีทักษะความสามารถการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ในการบริหารงานองค์กรอย่างทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร (ตัวบุคคล) อย่างต่อเนื่องได้แก่ การจัดการความรู้ ความสามารถในการบริหารงานและตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การจัดการภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ทั้งบุคลิกภาพที่ดี และพฤติกรรมที่ดี และการมีภาวะผู้นำและความเป็นผู้นำขององค์กรและประชาชนในท้องถิ่น (2) การจัดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรไปพร้อมกับทีมบริหารสื่อสารองค์กรโดยการวางแผน กำหนดรูปแบบ เนื้อหาสาระ และวัตถุประสงค์การใช้สื่อประเภทต่างๆ ไปถึงประชาชนในพื้นที่ (3) การจัดการสื่อสารเฉพาะกลุ่มโดยอาศัยผ่านกิจกรรมเฉพาะกลุ่มประชาชน เครือข่าย แกนนำ ทั้งรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และ (4) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารองค์กรโดยผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาจากนักวิชาการด้านการสื่อสาร การอบรมจัดเสวนาหรือร่วมมือกับสถาบันต่างๆ

3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) การจัดการประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในการสร้างการรับรู้ข่าวสารโดยมีรูปแบบการประเมินผลที่มีความโปร่งใส มีการกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เครื่องมือในการประเมินผล การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ผล และการตรวจสอบผลการประเมินเปรียบเทียบกับแก้ไขและการปรับปรุงพัฒนาการสื่อสาร และการใช้ไอทีมาช่วยในการประเมินผล และ (2) การจัดการประเมินการสื่อสารผู้บริหารองค์กร ได้แก่ การประเมินผลการสื่อสารนโยบายและการแก้ปัญหาท้องถิ่นอาจมีแนวทางในการปฏิบัติควบคู่กันไปกับการประเมินผลผลที่ดำเนินการขององค์กรที่มีคำถามสอดแทรกเพิ่มเติมการสื่อสารสำรวจความพึงพอใจในด้านต่างๆ จากผู้เชี่ยวชาญชำนาญการประเมินผลมีระยะเวลาช่วงการประเมินผลทุกๆ 6 เดือน หรือทุกๆ 1 ปี เพื่อติดตามและปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กร และการประเมินผลการสื่อสารด้วยตนเองและทีมงานเป็นการจัดการสื่อสารที่ตัวผู้บริหารองค์กรและทีมงานหรือที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญจะต้องดำเนินการด้วยตัวตนในการสำรวจความพึงพอใจภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรจากการลงพื้นที่พบปะประชาชน เครือข่าย และแกนนำที่เป็นทางการและแกนนำที่ไม่เป็นทางการ

1.4.3 การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายมีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) การจัดการการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอโดยมีการจัดตารางวางแผนดำเนินงานทุกเขตพื้นที่ (2) การจัดการเครือข่ายในการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายในทุกๆ ระดับทั้งระดับแกนนำและกลุ่มเครือข่ายประชาชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และ (3) การจัดการกระบวนการพัฒนาเครือข่ายไปพร้อมกับทีมงานในการลงพื้นที่ โดยมีการแบ่งหน้าที่ในการลงพื้นที่ของทีมงานทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) การลงพื้นที่ด้วยตนเองสร้างความเข้าใจ หาความต้องการ ความสนใจการแก้ปัญหาด้วยความจริงใจ และการรักษาคำพูดกับประชาชน (2) การรักษาสัมพันธภาพกับสมาชิกเครือข่ายเดิมและการสร้างความสนิทสนมกับการพบปะคนใหม่ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์เพิ่มเติม (3) การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ และ (4) การเปิดช่องทางการติดต่อสื่อสารโดยตรงถึงผู้บริหารองค์กรและการเข้าถึงได้ง่ายทั้งสื่อส่วนตัวในระบบออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก กลุ่มไลน์การให้ความสำคัญการติดต่อแบบถึงตัวและการเพิ่มช่องทางการติดต่อโดยติดป้ายโฆษณาเบอร์โทรติดต่อช่วยเพิ่มโอกาสสำหรับการสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดและการเข้าถึงได้ง่าย

3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) กิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรม ศาสนา ธรรมเนียมปฏิบัติของบริบทสังคมและวิถีชีวิตของประชาชนท้องถิ่นนั้นๆ (2) กิจกรรมองค์กรจะต้องเกิดจากความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ยึดหลักตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นหลักและ (3) การสร้างและการกำหนดเป้าหมายกิจกรรมจะต้องมีความหลากหลายกลุ่มกิจกรรมตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่ของแต่ละกลุ่มเพื่อให้กิจกรรมตอบโจทย์และมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมาย

4) ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ มีสาระสรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย (1) การลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมออย่างทั่วถึงในทุกเขตพื้นที่ โดยการวางแผนลำดับความสำคัญของกิจกรรมในการพบปะประชาชนเครือข่ายต่างๆ อย่างทั่วถึง (2) การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสารองค์กรและเครือข่ายองค์กรสนับสนุนในการกระจายข่าวสารทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่มากที่สุดและ (3) การประชาสัมพันธ์องค์กรเน้นสื่อออนไลน์เครือข่ายโซเชียลเป็นเครื่องมือในการส่งข่าวสารที่มีแนวโน้มของผู้ติดตามและใช้งานมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น เพจ เฟซบุ๊กเว็บไซต์ ไลน์ ดิกด็อก เป็นต้น และ (4) การมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีในการสร้างกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ด้วยระบบออนไลน์เพื่อสร้างความสนใจ ความพึงพอใจให้ถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นไปตามความต้องการในการส่งข่าวสารถึงประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ด้านประวัติและภูมิหลัง 2) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร และ 3) ด้านความเป็นผู้นำองค์กรอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1.1 ด้านประวัติและภูมิหลัง

สรุปผลการศึกษาด้านประวัติและภูมิหลังของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า ประวัติของผู้บริหารองค์กรที่เป็นส่วนของการศึกษาในระดับปริญญาตรีจนถึงปริญญาเอกและเป็นผู้สนใจศึกษาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท้องถิ่นเพื่อเสริมความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการบริหารองค์กรและการตอบสนองนโยบายของประชาชนในพื้นที่ พื้นฐานครอบครัวที่มีความมั่นคงทางอาชีพและการได้รับการสนับสนุนจากญาติพี่น้องกลุ่มอาชีพในพื้นที่ และกลุ่มการเมืองระดับท้องถิ่นและท้องถิ่นในการผลักดันในการเข้าสู่การเมือง ผลงานรางวัลเป็นที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จด้านการบริหารองค์กรมีตั้งแต่ระดับจังหวัด และระดับชาติเป็นเครื่องยืนยันความสามารถการบริหารงานองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการประชาชนและสร้างคุณค่าให้เกิดความเชื่อมั่นความนิยม และความน่าเชื่อถือผู้บริหารองค์กรจะต้องการแสดงพฤติกรรมให้เป็นที่น่าไว้วางใจและสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความเป็นกันเอง และการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในเข้าร่วมการผลักดันกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันกับบุคลากรขององค์กร และการบริหารงานองค์กรที่ตอบสนองความต้องการการแก้ปัญหา การรับฟังการช่วยเหลือด้วยความจริงใจ พูดจริงทำจริง และเข้าถึงได้ง่ายและเป็นแบบอย่างในการใช้ชีวิตและการทำงานแก่บุคลากรและประชาชน เน้นการทำงานเพื่อสังคมส่วนรวมในทุกมิติของบริบทสังคมในพื้นที่ทั้งด้านประเพณีวัฒนธรรมและการช่วยเหลืออื่นๆ เมื่อมีเหตุจำเป็นฉุกเฉิน โดยต้องถือการทำงานสร้างความร่วมมือกับประโยชน์ในสังคม สร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและสร้างสังคมที่เชื่อมโยงด้วยความรักความสามัคคีในพื้นที่

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับแนวคิดของคุณลักษณะผู้นำที่ประสบความสำเร็จของ (Stogdill, 1974 (อ้างในถึง พัทธมนต์ ติมะการ, 2557) ที่เมืองค์ประกอบสำคัญ คือ การมีการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี เป็นที่ยอมรับของบุคคลในสังคมและการมีชีวิตที่ครอบครัวสนับสนุน มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและเป็นที่ยอมรับของบุคคลในสังคมสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีการสร้างผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในพื้นที่เป็นที่ประจักษ์ได้รับ

การยอมรับและไว้วางใจ และกล่าวถึงพฤติกรรมที่สร้างความน่าเชื่อถือของผู้นำที่ต้องแสดงถึงการมีทักษะการสื่อสารที่ชำนาญ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมและการแสดงถึงพฤติกรรมความจริงจัง และเป็นบุคคลสาธารณะที่เข้าถึงได้ง่าย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริระ เพ็ญประพันธ์ (2554) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน ศึกษาในห้วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2512 ถึง พ.ศ. 2549 พบว่า คุณสมบัติพื้นฐานของนักการเมืองที่ต้องมีความโดดเด่นด้านบุคลิกภาพมีประสบการณ์ และการเข้าใจการทำงานทางการเมืองและความชัดเจนทางการเมืองที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น

ข้อค้นพบด้านประวัติและภูมิหลังของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองก่อนการเข้ามาดำรงตำแหน่งผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ที่ใฝ่ศึกษาหาความรู้ในการทำงานด้านบริหารและการปกครอง เป็นผู้ได้รับการสนับสนุนจากคนในพื้นที่และสังคมส่วนใหญ่ให้การยอมรับทั้งมีครอบครัวและญาติพี่น้องให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านและมีการทำงานที่สร้างผลงานที่ประจักษ์สู่สายตาประชาชนเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจการมีพฤติกรรมอยู่ร่วมกับเพื่อนร่วมงานและประชาชนอย่างเข้าใจให้ความจริงใจช่วยเหลือดูแลญาติมิตร ตลอดจนพฤติกรรมทั้งทางกาย วาจาและจิตใจบ่งบอกถึงการเข้าอกเข้าใจ การอ่อนน้อมถ่อมตนและเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่นได้สิ่งเหล่านี้เป็นคุณลักษณะในเบื้องต้นของผู้ที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งในฐานะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.1.2 ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร

สรุปผลการศึกษาด้านสมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์กรมีสมรรถนะการสื่อสารและมีความเชี่ยวชาญ ผลมาจากการทำงานปฏิบัติหน้าที่อย่างยาวนานต่อเนื่อง มีการใช้ภาษาท้องถิ่นกับชาวบ้านในการสร้างความรู้จักร่วมกันเคยสนิทสนม และใช้ภาษาทางการในการสื่อสารกับบุคคลากรภายในองค์กรและประชาชนในพื้นที่ ตามภารกิจหน้าที่และโอกาสที่ต้องใช้อย่างเหมาะสมมีลักษณะการแต่งกายและบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับสถานการณ์และการแต่งกายเข้ากับประชาชนในพื้นที่ และการแสดงออกถึงความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส การทำงานอย่างมุ่งมั่น และมีความสามารถในการจัดการกับแรงกดดันและปัญหาได้ สามารถใช้เทคโนโลยีทันสมัยในเบื้องต้นเพื่อทำงานและการบริหารองค์กรยังรวมถึงเทคโนโลยีสื่อสารในการติดต่อประสานกับประชาชนในพื้นที่

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ ญัตติกรณญ์ เอกนราจินดาวังษ์ (2563) กล่าวถึงว่า ภาวะการณญ์เป็นผู้นำจะต้องมีกระบวนการแน่วโนม่น้าวจิตใจและปฏิสัมพันธ์อย่างมีศิลปะในการใช้อำนาจหน้าที่ให้มีอิทธิพลเพื่อจะสามารถปฏิบัติหน้าที่และดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าตามวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับ ไชยะ เทพา (2564) กล่าวถึงว่า ภาวะความเป็นผู้นำหรือความเป็นผู้นำทางการเมืองจะต้องเป็นแบบอย่างหรือเป็นครูที่ดีในการมีทักษะการสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ การมีลักษณะบุคลิกภาพที่มีความน่าเชื่อถือเป็นที่พึ่งของประชาชนได้ สอดคล้องกับ ลิขิต ธีรเวคิน (2550) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับลักษณะของผู้นำทางการเมืองถึงคุณลักษณะผู้นำที่ดีมี

คุณภาพผู้นำจะต้องทันต่อความทันสมัยของเทคโนโลยีอยู่เสมอ และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bochel, H. C (2010) เรื่อง Local Political Leadership and the Modernization of Local Government Studies พบว่า การมีทักษะการสื่อสารที่ต้องตระหนักถึงผู้รับสารที่มีความแตกต่างออกไปและการผสมผสานระหว่างทักษะการจัดการ ทักษะทางการเมืองและการจัดการสื่อให้เป็นที่ยอมรับและน่าสนใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัฐพันธ์ ไทยานันท์ (2556) เรื่อง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา ศึกษาในห้วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ.2554 พบว่า บุคลิกภาพ การแต่งกายสีหน้าท่าทางที่เหมาะสมมีผลต่อทัศนคติในการยอมรับของประชาชน นอกจากนี้การใช้ภาษาของผู้นำทางการเมืองจะต้องให้ประชาชนรู้สึกเข้าถึงและสัมผัสได้ถึงตัวตนภายในทั้งความรู้สึก ความคิดมุมมองให้เกิดการรับรู้ เข้าใจและจดจำ

ข้อค้นพบด้านสมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง สมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเป็นส่วนสำคัญในการบริหารองค์กรให้สามารถประสานงานสร้างความเข้าใจ สร้างความยอมรับที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากประชาชนในพื้นที่ และเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างค่านิยมทางการเมือง

2.1.3 ด้านความเป็นผู้นำองค์กร

สรุปผลการศึกษาด้านความเป็นผู้นำองค์กรของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองพบว่าผู้บริหารองค์กรมุ่งเน้นถึงพันธกิจขอบเขตการดำเนินงานขององค์กรกับภารกิจเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่วางไว้ ยึดหลักการปฏิบัติงานตามระเบียบกฎหมายที่เน้นความโปร่งใส ผลประโยชน์และความคุ้มค่าต่อส่วนรวม วางเป้าหมายที่จะตอบสนองความต้องการของประชาชน สร้างความร่วมมือและประสานประโยชน์กับทุกภาคส่วนในระยะยาวให้สัมฤทธิ์ผล มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงานเพื่อพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ มีการใช้ความสามารถทักษะที่ตนถนัดในการช่วยเหลือองค์กรและปฏิบัติตนอยู่ภายใต้อำนาจและหน้าที่อย่างเคร่งครัด การเลือกปฏิบัติการตัดสินใจเพื่อให้องค์กรและประชาชนได้รับประโยชน์สูงสุดที่เน้นการสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนภารกิจร่วมกันทุกภาคส่วนและการเปิดโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมกำหนดแนวทางต่างๆ และการหาความรู้ประกอบการตัดสินใจและพิจารณาข้อดีข้อเสีย และการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่างๆ การสร้างความสัมพันธ์อันดีและการวางตนที่เหมาะสมโดยการแต่งกายตามระเบียบราชการและถูกกาลเทศะกับกิจกรรมรวมถึงบริบทวัฒนธรรมของพื้นที่และการแต่งกายในชีวิตประจำวันมีลักษณะเช่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ทั่วไป และการดูแลเสื้อผ้าหน้าผมให้เรียบร้อยอยู่เสมอ ความเป็นกันเอง ความเป็นพี่น้องกับผู้ร่วมงาน จริงใจ มีน้ำใจ อ่อนน้อมถ่อมตน และเข้าถึงได้ง่าย มีการลงพื้นที่ดูแลตรวจสอบ ดูแล และแก้ปัญหาต่างๆ อย่างทันที่ และมีความรู้ความสามารถในเรื่องการบริหารงานราชการ มีการลำดับขั้นตอนและการตรวจสอบการทำงานนั้น

ความรวดเร็วถูกต้อง การเข้ามามีส่วนร่วมในแก้ปัญหาชี้แนะแนวทางปฏิบัติการและการดำเนินการ
แก้ปัญหาด้วยตนเอง และการเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตนในองค์กร

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของภาวะผู้นำ
ของ ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2561) กล่าวถึง ผู้นำจะต้องนำเสนอที่จะสร้างเป้าหมายร่วมกันระหว่าง
ผู้นำกับผู้ตามให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปสู่เป้าหมายร่วมกันและจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลัก
จริยธรรมสำคัญของการสร้างธรรมาภิบาลองค์กรในการขับเคลื่อนผู้นำจะต้องสร้างกระบวนการการ
บริหารในทุกระดับในองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับลักษณะของผู้นำ
ทางการเมืองของ ลิขิต ธีรเวคิน (2550) กล่าวถึง ผู้นำทางการเมืองไว้ว่า ผู้นำจะต้องมีภาวะ
ในการนำมีความรู้ความสามารถในการมองคน การใช้คน การสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและ
กลุ่มสังคมต่างๆ การเป็นผู้มีบุคลิกภาพเหมาะสม มีความสามารถพิเศษ เชื้อมั่นและสร้างความ
น่าสนใจแก่ผู้อื่น ทั้งยังจะต้องมีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการบริหารและยังสอดคล้อง
กับงานวิจัยของ พิชญ์นิฐา พรรณศิลป์, สัญญา เคณาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2558)
ศึกษาเรื่อง บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 พบว่า 1) บทบาทการนำอย่างมีประสิทธิภาพ
คือ คุณลักษณะของผู้บริหารท้องถิ่นที่มีภาวะผู้นำ มีศิลปะการครองใจคน มีความเมตตา เป็นนัก
ประสานประโยชน์ เป็นผู้ที่ตั้งอยู่บนหลักของเหตุผลความถูกต้อง มีความรอบรู้และทันสมัย เข้าใจใน
บทบาทหน้าที่ มีความประนีประนอม ความเป็นนักคิด นักวิเคราะห์ และมีวิสัยทัศน์นำองค์กรไป
ทิศทางที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณทิพย์ สิงห์นิล (2559) ศึกษาเรื่องการ
จัดการทางการสื่อสารของผู้บริหารเงินเนอเรนวายเพื่อสร้างการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร
พบว่า การใช้คำพูดที่ท่าทีสบายๆ ทำให้เป็นการเชื่อมต่อระหว่างผู้บริหารและบุคลากรและการสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ข้อค้นพบด้านความเป็นผู้นำองค์กรของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยม
ทางการเมือง ความเป็นผู้นำองค์กรจะต้องเป็นผู้ที่มีหลักการและเป้าหมายทางการบริหารที่มุ่งหวังให้
องค์กรมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใสและสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวมผู้บริหารเป็นผู้ที่เข้าใจบทบาท
หน้าที่พันธกิจขององค์กรในการดำเนินงานไปสู่เป้าหมาย ความเป็นแบบอย่างในทุกด้าน วางตนที่
เหมาะสม มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิดกล้าตัดสินใจและเป็นผู้นำประสานงานที่เคารพความคิดของ
ผู้อื่นเพื่อนำพาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

2.2 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหาร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ด้านการกำหนดคุณลักษณะ
ของผู้บริหารองค์กร 2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และ 3) ด้านการ
จัดการประเมินผลการสื่อสารอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

2.2.1 ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร

สรุปผลการศึกษาด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า การจัดการความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลของผู้บริหารองค์กร มีการกำหนดทิศทางการทำงานที่สร้างสรรค์ให้เป็นไปตามความต้องการภารกิจขององค์กร สนใจศึกษาความรู้ แลกเปลี่ยน ค้นคว้าเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของการทำงานเพื่อนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาองค์กร วิสัยทัศน์มุ่งมองในการกำหนดเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ และส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการปฏิบัติหน้าที่และการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลการจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ของผู้บริหารองค์กร มีการสร้างบุคลิกภาพการแต่งกายที่เหมาะสมถูกกาลเทศะ มีการใช้เสื้อผ้าพื้นถิ่นและความเป็นลักษณะที่ทำให้ประชาชนรู้สึกเข้าถึงใกล้ชิดได้ง่ายอ่อนน้อมถ่อมตนและจริงใจ มีความเชื่อมั่นกล้าคิดกล้าตัดสินใจ และเข้าถึงได้ง่ายและฟังพาได้ มีทักษะการสื่อสารความชำนาญในการสร้างความรับรู้เข้าใจและสร้างความเชื่อมั่นรับฟังความคิดเห็น และสามารถใช้เทคโนโลยีพื้นฐานต่างๆ ในการติดต่อกับได้การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ที่มีการกำหนดเป้าหมายวางแผนการวิเคราะห์นโยบายและการแก้ปัญหาภายในองค์กรมีการวิเคราะห์การกำหนดเป้าหมายและแผนดำเนินงานจากข้อมูลความต้องการของประชาชน มีการจัดการองค์กรออกเป็นกองงานและสำนักงานต่างๆ ตามภารกิจหน้าที่ให้ครอบคลุมความต้องการของประชาชน มีการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานต่างๆ และประชาชนในพื้นที่ มีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อประสานการให้บริการความช่วยเหลือให้กับประชาชนในพื้นที่ และการจัดการด้านทักษะการสื่อสารและความสามารถใช้เทคโนโลยี มีการใช้ภาษาที่เหมาะสมและคำนึงพื้นฐานของผู้ที่จะสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารในการบริหารงานและประสานงานต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชานุช พันธนียะ และฮาซิม อักริม คงนะเค็ง (2563) คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง พบว่า ประกอบด้วย 5 ด้าน 1) ด้านบุคลิกภาพที่มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เชื้อมั่นกล้าคิดและกล้าตัดสินใจ กระตือรือร้น วางตนได้เหมาะสม อ่อนน้อมถ่อมตน และการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยถูกต้องตามกาลเทศะ 2) ด้านคุณธรรมและจริยธรรมมีความรับผิดชอบในหน้าที่ เสียสละ จิตสาธารณะ จริงใจและรักษาคำพูด ซื่อสัตย์โปร่งใสและไม่ใช้อำนาจในทางทุจริต 3) ด้านการบริหารมีกระบวนการการบริหารงานในการกำหนดเป้าหมาย แนวทางปฏิบัติ และการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน มีความสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุด และบริการอย่างมีประสิทธิภาพ 4) ด้านวิสัยทัศน์มีความสามารถในการพัฒนา มีการวางแผนนโยบายในระยะยาวที่สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงได้

อยู่เสมอ มีนโยบายที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ และ 5) ด้านประสบการณ์ในการทำงาน การมีทักษะความสามารถในการแก้ปัญหาและสนองความต้องการของประชาชน มีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ของตนในมิติต่างๆ และมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นอย่างดี ทั้งยังต้องมีทักษะการสื่อสารระดับท้องถิ่นได้ดีสอดคล้องกับ วิทยธรต่อแก้ว (2563) ได้มีทัศนะเกี่ยวกับกระบวนการจัดการนวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น กล่าวถึงว่า ผู้บริหารองค์กรมีหน้าที่ทางการจัดการ 4 อย่างคือ การวางแผน การจัดองค์กร การนำและควบคุมทรัพยากรพื้นฐานองค์กรเพื่อจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยังสอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2550) ให้ทัศนะว่า กระบวนการจัดการทางการเมืองสื่อสารเป็นปัจจัยหลักของการจัดการทางการเมือง กระบวนการจัดการสื่อสารในการกำหนดความคิด พฤติกรรมการรับรู้ การมีส่วนร่วม ความเชื่อ ค่านิยมและความพึงพอใจนำไปสู่การกำหนดการเลือกสื่อที่สามารถตอบสนองต่อผู้รับสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัฐพันธ์ ไทยานันท์ (2556) เรื่อง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา ศึกษาในห้วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ.2554 พบว่า บุคลิกภาพ การแต่งกายและสีหน้าท่าทางที่เหมาะสมจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อการยอมรับของประชาชน

ข้อค้นพบด้านกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง คุณลักษณะของผู้นำองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองเป็นทักษะที่มีความเฉพาะตัวของผู้บริหารองค์กรโดยการกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ผลงานที่โดดเด่น และการพัฒนาความรู้ความสามารถการสร้างความร่วมมือมีความเชื่อมั่น กล้าคิด กล้าตัดสินใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายที่เหมาะสม การรับฟังผู้อื่นอย่างเข้าใจ มุ่งเน้นการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนและมีการจัดโครงสร้างการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีและระบบงานบริหารองค์กรที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ในด้านการบริหารองค์กรที่ทันสมัยและการสร้างความนิยมทางการเมืองให้เกิดความเชื่อมั่นจากประชาชนในพื้นที่

2.2.2 ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร

สรุปผลการศึกษาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า มีการจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน การจัดการสื่อสาร และควบคุมการทำงานไปสู่การปฏิบัติงานของพนักงานบุคลากร เจ้าหน้าที่ให้ไปในทิศทางตามเป้าหมายเดียวกันและสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดมีการจัดเตรียมดำเนินงานถ่ายทอดคำสั่งตามระบบระเบียบราชการ มีการมอบหมายงานถ่ายทอดคำสั่งในรูปแบบเอกสารคำสั่งวาจาและผ่านระบบเครือข่ายออนไลน์ในระดับผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายผู้รับผิดชอบ มีการมอบหมายถ่ายทอดคำสั่งในรูปแบบเผชิญหน้าด้วยการประชุมองค์กร ประชุมเครือข่าย และการสนทนาพูดคุยส่วนตัว มีการจัดการวางแผนการสื่อสารด้วยรูปแบบ เนื้อหาและการออกแบบการเผยแพร่ภาพลักษณ์องค์กรและผู้บริหารองค์กรโดยมีการมอบหมายจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างเป็นระบบ มีการกำหนด

เนื้อหาข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับนโยบาย ผลดำเนินงาน การแก้ปัญหา การสร้างความร่วมมือ การเผยแพร่กิจกรรมขององค์กรและข่าวสารที่มีความจำเป็นและสำคัญกับประชาชนมีการออกแบบและการให้ความสำคัญกับความเหมาะสมกับช่องทางสื่อสาร เนื้อหาที่เน้นความเข้าใจและสื่อความหมายที่ชัดเจน น่าสนใจ น่าติดตาม และเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับการเผยแพร่ข่าวสารของภาครัฐ และการจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงานเพื่อใช้ในการสร้างความร่วมมือและการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชนที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารและสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดในการประสานงานมีการจัดการช่องทางการสื่อสารที่ต้องมีการผสมผสานตามความเหมาะสมสะดวกกับผู้ใช้งานและการให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มี 4 ระดับ คือ ผู้บริหารองค์กรกับหัวหน้าฝ่าย ผู้บริหารองค์กรกับเครือข่ายองค์กร ผู้บริหารองค์กรกับตัวแทนและผู้นำชุมชน และผู้บริหารองค์กรกับประชาชนในพื้นที่

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ Griffin (1999) กล่าวถึงว่าการปฏิบัติการที่สำเร็จนั้นเกิดจากการกระทำตามแผนที่กำหนดไว้ด้วยชุดหน้าที่ต่างๆ ในการกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับ Lauzen, 1997 (อ้างในถึงนันทพร วงษ์เชษฐา, 2564) มีทัศนะว่า นักการเมืองสามารถรักษามวลชนลดความเสี่ยงสร้างโอกาสและจัดการภาพลักษณ์ขององค์กรด้วยกระบวนการที่มีเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับความสนใจของสาธารณชนส่วนใหญ่ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัฐพันธ์ ไทยนันท์ (2556) เรื่อง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา ศึกษาในห้วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ.2554 พบว่าข่าวสารที่ได้รับความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายที่ดีมีคุณภาพและการใช้ช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนมีความสนใจเปิดรับมากที่สุด

ข้อค้นพบด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรจะต้องเน้นการวางแผนการจัดการและดำเนินการผลิตสื่อและเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ด้วยสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในหน้าที่องค์กรรวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือระหว่างองค์กรและประชาชนในพื้นที่ด้วยเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย

2.2.3 ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร

สรุปผลการศึกษาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารของผู้นำองค์กร เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า มีการให้ความสำคัญกับการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส การให้ความสำคัญกับการรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ วิสัยทัศน์ ของประชาชน และการให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารในทุกรูปแบบและทุกช่องทางสื่อสารต่าง มีการประเมินจากเจ้าหน้าที่ทั้งภายนอกและภายในองค์กรโดยผู้ดำเนินการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ วิสัยทัศน์

และการปฏิบัติหน้าที่จากภายนอกองค์กร คือ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) และการประเมินจากภายในขององค์กรจากเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าฝ่ายเป็นผู้รับผิดชอบประเมินผล และยังมีจากผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ดำเนินงานด้วยตัวเองจากการลงพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมพบปะประชาชนในพื้นที่ที่มีการนำผลของการประเมินจากหน่วยงานภายนอกเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ มีการประชุมพิจารณาจุดเด่น จุดด้อย และการแก้ไขปรับปรุง มีการนำผลการประเมินจากองค์กรภายในร่วมประชุมเพื่อการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชนครั้งต่อไป และผู้บริหารองค์กรนำผลการประเมินด้วยตนเองเข้าในการประชุมผลการปฏิบัติงานภายในองค์กร และการนำผลประเมินไปปรับปรุงตนเอง

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ วิทยากรท้อแก้ว (2563) มีทัศนะเกี่ยวกับกระบวนการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นว่า ขั้นตอนการประเมินผลการสื่อสารจะเป็นกิจกรรม 2 ระยะ คือ ประเมินระหว่างดำเนินการสื่อสารตามแผนงานกับการประเมินเมื่อสิ้นสุดโครงการมุ่งเน้นการประเมินความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ การกระทำรวมทั้งประเมินทีมงานการทำงาน การจัดการต่างๆ ตามแผนงาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณี ศรีสมุทร (2564) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า การประเมินการสื่อสารภาพลักษณ์ของผู้นำทางการเมืองในการรับรู้ของประชาชนจะต้องประเมินภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน คือ ความเป็นผู้นำ การบริหารจัดการองค์กร การพัฒนาท้องถิ่นและผลงานที่โดดเด่น

ข้อค้นพบด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารของผู้นำองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง การจัดการการประเมินการสื่อสารของผู้นำองค์กรเน้นการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ วิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรควรที่จะใช้วิธีการที่มีความหลากหลาย เน้นการเข้าถึงผู้รับประเมินในทุกช่องทาง โดยให้ความสำคัญการประเมินผลการสื่อสารจากผู้ประเมินภายในและภายนอกที่มีความโปร่งใสและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และการนำผลการประเมินการสื่อสารเข้าสู่กระบวนการปรับปรุงและพัฒนาสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจสู่ประชาชนในการสร้างค่านิยมทางการเมือง

2.3 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย 2) ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ 3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และ 4) ด้านกลยุทธ์สร้างการรับรู้อภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

2.3.1 ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง พบว่า มีการลงพื้นที่ด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรในการพบปะกับเครือข่าย

อย่างสม่ำเสมอ การแสดงถึงความเสียสละ มุ่งมั่น จริ่งใจในการทำงานให้เป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาประชาชน มีการรับฟังปัญหาและเป็นที่พึ่งพาได้ มีการจัดการลงพื้นที่และการเข้าถึงพื้นที่ในการพบปะเครือข่ายที่มีในหลายระดับอย่างทั่วถึง มีขั้นตอนการวางแผนในการปฏิบัติหน้าที่ของในกิจกรรมต่างๆ และการลงพื้นที่พบปะกับเครือข่ายทั้งในหน้าที่และภารกิจลงพื้นที่ตามบริบทสังคมท้องถิ่น มีการรับเรื่องร้องทุกข์และเห็นถึงความต้องการของกลุ่มเครือข่ายต่างๆ มีการให้ช่องทางการติดต่อกับกลุ่มเครือข่าย มีการสร้างกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงและประสานประโยชน์ของกลุ่มเครือข่ายเข้าด้วยกัน มีการติดต่อประสานกับกลุ่มเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอมีวิธีการปฏิบัติตามแผนกิจกรรมขององค์กรไว้ล่วงหน้าที่น่าลงพื้นที่ในการพูดคุยตามบริบทสังคม สนับสนุนให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาด้วยความเข้าใจเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน การใช้เทคโนโลยีในเครือข่ายออนไลน์อำนวยความสะดวก การติดต่อประสานเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน การจัดการควบคุมดูแลรักษาเครือข่ายในการประสานประโยชน์ การมีตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเป็นผู้ประสานงานเครือข่ายสมาชิก การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกเครือข่าย และการประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และการตรวจสอบประเมินเชิงคุณภาพและปริมาณ และการประเมินด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กร ด้วยการสังเกตจากพฤติกรรมของเครือข่ายและสมาชิกเครือข่าย

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกในการจัดการการสื่อสารแบบประยุกต์ของ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548) กล่าวถึงว่า การดำเนินการต่างๆ ขององค์กรเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารและการบริหารการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ในการรักษาสัมพันธภาพกับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมและไว้วางใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความนิยม คือ การสร้างเครือข่ายและกระบวนการติดต่อกับกลุ่มเครือข่ายเน้นการลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นและการแก้ปัญหาและการใช้สื่อในการสร้างการรับรู้ในทุกช่องทางที่เน้นประชาชนเข้าถึงและรับรู้ได้โดยตรง

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายที่ต้องเน้นการลงพื้นที่ของผู้บริหารองค์กรในการสร้างความสัมพันธ์เพื่อประสานประโยชน์กับเครือข่ายชุมชนต่างๆ และให้การสนับสนุนเสียสละรับฟังและแก้ปัญหาเป็นที่พึ่งพาได้ การวางแผนกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน การให้ความสำคัญกับการติดต่อประสานงานอย่างสม่ำเสมอและการประเมินกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการปรับปรุงโดยกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเป็นกระบวนการสำคัญที่ต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการสร้างความนิยมทางการเมืองและการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพที่จะช่วยให้สามารถสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2.3.2 ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์กร เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า มีการติดต่อสื่อสารที่เน้นการลงพื้นที่แบบเผชิญหน้า การสร้างสัมพันธ์ภาพด้วยการพูดคุยด้วยความเป็นกันเอง การออกแบบแผนกิจกรรมขององค์กรให้มีวัตถุประสงค์สูงส่งเพื่อปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร เครือข่ายและประชาชนร่วมกัน การให้ความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมตามบริบทสังคมท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเครือข่ายและประชาชนในพื้นที่ที่มีขั้นตอนปฏิบัติการลงพื้นที่เป็นหลักที่ต้องเน้นการสร้าง ความเข้าใจร่วมกัน การสำรวจความต้องการนำมาสู่การวางแผนการสร้างปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายและสมาชิก เครือข่ายให้มีความเชื่อมโยงต่อกัน มีการประเมินความสำเร็จด้านความสัมพันธ์และการขยายเติบโตของ เครือข่ายทั้งระบบมีวิธีการปฏิบัติตามการวางแผนกิจกรรมขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์กับ เครือข่ายทุกระดับ การให้ความสำคัญเร่งด่วนจำเป็นและความเหมาะสมในการเข้าร่วมกิจกรรมทาง สังคมและบริบทสังคมท้องถิ่นในพื้นที่ การมีช่องทางการติดต่อและการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่ม เครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ การสร้างกลุ่มเครือข่ายให้มีการเชื่อมโยงด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรใน พื้นที่เดียวกันมีการวางแผนกิจกรรมให้มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การสร้างกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือไปสู่เป้าหมายเดียวกัน การมีแผน กิจกรรมขององค์กรและกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารองค์กรกับเครือข่ายต่างๆ การใช้ ประชาสัมพันธ์เป็นส่วนช่วยสนับสนุนปฏิสัมพันธ์กับประชาชนในพื้นที่ การนำผลการประเมินในด้าน ความสัมพันธ์มาปรับปรุงแก้ไขให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ และ การประเมินกลยุทธ์การสร้าง ความสัมพันธ์ มีการวิเคราะห์สำรวจสภาพความสัมพันธ์จากการลงพื้นที่ มีการประเมินด้วยตัวชี้วัด ด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีการประเมินที่หลากหลายแหล่งข้อมูลที่ดำเนินการประเมิน ในการนำผลมาวิเคราะห์ การนำผลมาประเมินมาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ การนำผลการประเมินด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรมาเป็นส่วนหนึ่งของการนำมาปรับปรุงแก้ไขด้าน การสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์กรและของผู้บริหารองค์กร

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกใน การจัดการการสื่อสารแบบประยุกต์ของ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2548) กล่าวถึงว่า การพัฒนาและ รักษาสัมพันธ์ภาพกับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ เป็นการก่อให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมและไว้วางใจกัน โดยผ่านกลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดที่ องค์กรจัดขึ้นเองหรือเกิดจากความร่วมมือในการจัดกิจกรรมให้เกิดขึ้น สอดคล้องกับ นันทพร วงษ์เชษฐา (2564) กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเป็นการส่งสารสร้างความเข้าใจความ สนใจ ส่งเสริมให้เกิดความต้องการด้วยการโน้มน้าวใจและการเชื่อมโยงด้วยความรู้สึกันดีให้เห็นถึง ความสัมพันธ์กับความปรารถนาที่อยู่ในจิตสำนึก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง

การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า การสร้างความสัมพันธ์ด้วยตนเองและการรักษาความสัมพันธ์สภาพกับสมาชิกเครือข่ายจะต้องเน้นการสร้างกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่และการสร้างการรับรู้ของประชาชนในทุกช่องทาง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาวดี ตานีเห็ง (2562) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า รูปแบบการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนอาศัยบุคลิกภาพเป็นสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีผ่านการร่วมกิจกรรมชุมชนอย่างสม่ำเสมอและมีความเสมอภาค การใช้ภาษาถิ่นทำให้เกิดความใกล้ชิด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martinand Aulich (2012) เรื่อง “Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs พบว่า ความสัมพันธ์ทางการเมืองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมุ่งเน้นการทำงานขององค์กรที่น่าเชื่อถือและการสร้างความสัมพันธ์การกำหนดและพัฒนาความสัมพันธ์วิธีการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมการจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ที่เหมาะสมและผู้นำจะต้องอำนวยความสะดวกในการสร้างความสัมพันธ์ด้านกิจกรรม ทัศนคติและส่งเสริมแนวทางการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย.

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการเน้นการลงพื้นที่แบบเผชิญหน้าให้ความเป็นกันเองและเชื่อมโยงประชาชนการประสานความสัมพันธ์ด้วยการพูดคุยเชื่อมโยงสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่ายและประชาชน การออกแบบกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือ การให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เข้าถึงกับบริบทของสังคมและความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ การประชาสัมพันธ์การเชื่อมโยงเครือข่ายสร้างช่องทางการติดต่อประสานร่วมกันและการประเมินความสำเร็จด้านความสัมพันธ์เพื่อปรับปรุงตามความต้องการ

2.3.3 ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่าการมีแผนนโยบายประจำปีเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทักษะและสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรเครือข่ายองค์กรและประชาชน การให้ความสำคัญกับกิจกรรมทักษะส่งเสริมความร่วมมือในทุกภาคส่วนกลุ่มประชาชนในพื้นที่ มีขั้นตอนปฏิบัติในการรวบรวมข้อมูลความต้องการและความสนใจกิจกรรมของเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ มีการวางแผนรูปแบบและลักษณะกิจกรรมตามความสนใจของเครือข่ายและประชาชน การปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ การประเมินผลกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ทุกครั้ง มีวิธีการปฏิบัติตามแผนและการทบทวนแผนกิจกรรมก่อนการดำเนินงานและการมีแนวทางแก้ไขที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ มีการวางแผนกิจกรรมที่ครอบคลุม

ความต้องการของประชาชน การวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายที่คำนึงถึงประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด การมีผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์เป็นผู้ดำเนินงานในกิจกรรม การใช้บุคลากร และนักวิชาการจากภายนอกมาช่วยส่งเสริมเชื่อมโยงความสัมพันธ์ภายในองค์กร การมีพื้นที่แลกเปลี่ยน เรียนรู้ส่งเสริมความร่วมมือของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประสานงาน กิจกรรม มีการออกแบบและประเมินผลด้วยวิธีต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ การติดตามตรวจสอบ และประเมินผลกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ทุกครั้ง และการนำผลการวิเคราะห์สรุปการประเมินมา เปรียบเทียบกับกิจกรรมในลักษณะใกล้เคียงเพื่อหาแนวทางการพัฒนากิจกรรมครั้งต่อไป

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกในการ จัดการการสื่อสารแบบประยุกต์ของ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2548) กล่าวถึงว่า กลยุทธ์การสื่อสารผ่าน กิจกรรมต่างๆ จะต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กรและ การสร้างความร่วมมือการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน สอดคล้องกับ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2564) กล่าวถึงว่าการกำหนดวัตถุประสงค์หรือการกำหนดรูปแบบจะต้องสอดคล้องกับความต้องการ ในกระบวนการตัดสินใจของผู้รับสาร และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martinand Aulich (2012) เรื่อง “Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs พบว่า ผู้นำจะต้องตระหนักถึงนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการตอบสนอง ความต้องการของชุมชนและพลเมือง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ญรัฎฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน (2563) การติดตาม ประเมินผลและแก้ไขความนิยมทางการสื่อสารของผู้รับสารเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ ตระหนักรู้ เข้าใจ ชื่นชอบ พอใจและความนิยมที่มีต่อบุคคล องค์กร ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบริการและกิจกรรมเพื่อนำ ข้อมูลมาแก้ไขปรับปรุงการดำเนินการสื่อสารให้ได้ผลมากยิ่งขึ้น

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทาง การเมือง ผู้บริหารองค์กรควรเริ่มต้นจากการฟังและเข้าใจความต้องการโดยการสร้างการมีส่วน ร่วมกับประชาชนด้วยกิจกรรมองค์กรและบริบทของพื้นที่เพื่อวางแผนการสร้างกิจกรรมตามความ สนใจของประชาชนให้มีความเหมาะสม และจะต้องให้ความสำคัญกับการประเมินผลกิจกรรมก่อนและ หลังและการนำผลข้อมูลมาประเมินผลกับวัตถุประสงค์ด้วยตัวชี้วัดที่มาตรฐานทุกครั้ง

2.3.4 ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้าง ความนิยมทางการเมือง พบว่ามีการเน้นลงพื้นที่พูดคุยถามความทุกข์ร้อนความต้องการและการสร้าง ความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ การนำเสนอผลงานชี้แจงแนวทางการแก้ไขปัญหา อย่างเข้าใจ การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางขององค์กรเผยแพร่ไปสู่ประชาชนในพื้นที่ การเพิ่มพื้นที่ การกระจายข่าวสารกับหน่วยงาน องค์กร และผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องขององค์กรมีขั้นตอนปฏิบัติขอ การสร้างการรับรู้ด้วยการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่

การมีวาระการประชุมต่างๆ ร่วมกันกลุ่มสมาชิกองค์กร ชุมชน เครือข่ายและประชาชน การแถลงผลดำเนินงานประจำปีให้ประชาชนในพื้นที่รับรู้รับทราบอย่างทั่วถึง และการฝากข่าวประชาสัมพันธ์กับผู้นำชุมชนและเครือข่ายวิทยุในพื้นที่ มีการสร้างการรับรู้จากผู้บริหารองค์กรในลงพื้นที่ตามแผนกิจกรรมองค์กรและภารกิจหน้าที่ตามบริบทของสังคมท้องถิ่น มีการประเมินการรับรู้ข่าวสารของประชาชนในช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีการวางแผนการงานประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้เกิดความเข้าใจและการตอบสนองความต้องการขององค์กรมีการปฏิบัติตามการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารองค์กร การลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามการวางแผนงานองค์กรและการลงพื้นที่เป็นการส่วนตัวตามภารกิจหน้าที่ในบริบทสังคมท้องถิ่น การเปิดช่องทางการสื่อสารเผยแพร่และการเข้าถึงข้อมูลไปสู่ประชาชน มีการนำเสนอข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและผลประโยชน์ของประชาชนสอดแทรกในกิจกรรมขององค์กร มีการออกแบบให้กิจกรรมมีสอดแทรกสร้างการรับรู้ข่าวสารผลดำเนินงานขององค์กร การพัฒนางานการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสารต่างๆ การสร้างการรับรู้ และมีการประเมินการรับรู้ข่าวสารกิจกรรมองค์กรจากตัวชี้วัดต่างๆ การตรวจสอบข้อมูลในช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่างๆ การรวบรวมข้อมูลเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารและรูปแบบต่างๆ การนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ การประเมินการรับรู้ด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรจากการรับรู้สังเกตพฤติกรรมของประชาชน

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกในการจัดการการสื่อสารแบบประยุกต์ของ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2548) กล่าวถึงว่า กลยุทธ์เชิงรุกในการจัดการการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การตัดสินใจ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และการบริหารการรับรู้ระหว่างสาธารณชนกับองค์กรให้เป็นที่พึงประสงค์จะต้องวางระบบแพร่กระจายข่าวสาร การรักษาสัมพันธภาพกับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ให้มีความใกล้ชิด การสื่อสารผ่านกิจกรรมและการให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรและการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์กรต้องเน้นการลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นและการแก้ปัญหาด้วยตนเอง สร้างความใกล้ชิดกับเครือข่าย รวมถึงกิจกรรมในพื้นที่และการสร้างการรับรู้ด้วยการใช้สื่อทุกช่องทางที่เน้นการรับรู้ของประชาชนโดยตรง และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต ท่อแก้ว (2564) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องมีการวางระบบสื่อสารการปฏิบัติการสื่อสารกำกับติดตามและการประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กร การสร้างผลงานที่ประจักษ์เพื่อนำองค์กรอย่างมืออาชีพ การสื่อสารต่อสาธารณะชนและองค์กร

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรต้องลงพื้นที่ด้วยตนเองตามภารกิจหน้าที่และกิจกรรมตามบริบทสังคมในพื้นที่เน้นการพูดคุยสร้างความเข้าใจความต้องการ และนำเสนอการแก้ปัญหาการจากองค์กร การใช้ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อการสร้างการรับรู้ผลงานกับประชาชน และอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้องและผู้นำชุมชนช่วยประสานและประชาสัมพันธ์การถ่ายทอดข่าวสารถึงประชาชนในพื้นที่โดยตรง และมีการประเมินผลการรับรู้ข่าวสารตรวจสอบและปรับปรุงการพัฒนาการรับรู้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

2.4 อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

การศึกษาในหัวข้อนี้จะแบ่งการศึกษาประกอบด้วย 1) แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และ 3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร อภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

2.4.1 การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย ดังนี้

1) ด้านสมรรถนะทางการสื่อสาร

สรุปผลการศึกษาด้านสมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร เพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองพบว่าสมรรถนะทักษะทางการสื่อสาร ได้แก่ ผู้บริหารองค์กรสามารถฝึกฝนด้วยตนเองหรือฝึกฝนด้วยนักวิชาการจากสถาบันต่างๆ ให้มีทักษะการสื่อสารการพูด การฟัง การอ่าน การเขียน การนำเสนอ และการวิเคราะห์ การพูดในที่ชุมชน การพูดในเวทีสาธารณะ การโน้มน้าว ให้เหมาะสมกับการทำงานอย่างเชี่ยวชาญเพื่อสื่อสารในการบริหารงานองค์กรและถ่ายทอดไปสู่ประชาชนในพื้นที่ สมรรถนะบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่างๆ โดยผู้บริหารองค์กรต้องเสริมสร้างบุคลิกภาพให้มีความน่าจดจำให้แก่ผู้พบเห็นด้วยการฝึกฝนตนเองหรือรับการอบรมจากสถาบันการพัฒนาบุคลิกภาพการแสดงทางพฤติกรรมทั้งทางกาย วาจา และจิตใจเพื่อสื่อสารออกไปยังเพื่อนร่วมงาน ประชาชน และผู้พบเห็นอย่างเหมาะสมถูกต้องกับกาลเทศะ และการแสดงออกถึงมารยาทต่างๆ และพฤติกรรมทางสังคม เช่น การแสดงน้ำใจและมิตรภาพ การแสดงถึงความเป็นผู้นำ การมีความมุ่งมั่น การเข้าถึงได้ง่ายและอ่อนน้อมถ่อมตน และสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีโดยสามารถศึกษาเรียนรู้พัฒนาตนเองหรือการเรียนรู้จากผู้รู้ในแขนงนั้นๆ และให้ความสำคัญและความจำเป็นทั้งในการพัฒนาร่วมกันบุคลากรภายในองค์กรจะต้องมีการเสริมสร้างความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่มีความจำเป็นในการบริหารองค์กร การติดต่อ ประสานงานในเบื้องต้น และมีความรู้และการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นในการสื่อสาร

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิระ เพื่ออภิปราย (2554) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน ศึกษาในห้วงเวลาระหว่างปี พ.ศ.2512 ถึง พ.ศ. 2549 พบว่าคุณสมบัติพื้นฐานของนักการเมืองจะต้องมีความโดดเด่นด้านบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์ทางการเมืองที่มีทักษะสื่อสาร คือ การมีโวหารเป็นเลิศ การใช้วาทโวหารอย่างคมคายลึกซึ้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาวดี ตานีเห็ง (2562) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในการปฏิบัติงานได้แก่การพูดการฟัง บุคลิกภาพการใช้ช่องทางการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

ข้อค้นพบด้านสมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง การส่งเสริมการพัฒนาทักษะการสื่อสารโดยผู้บริหารองค์กรสามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารของตนเองและบุคลากรองค์กรด้วยการฝึกฝน การอบรม การรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ การร่วมมือและแบ่งปันความรู้ การสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะการสื่อสารในทุกๆ ระดับขององค์กรสมรรถนะทางการสื่อสารนี้เป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ผู้บริหารองค์กรสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเข้าใจและไว้วางใจในองค์กรและประชาชนในพื้นที่ และก่อให้เกิดค่านิยมทางการเมืองอย่างเหมาะสม

2) ด้านความเป็นผู้นำองค์กร

สรุปผลการศึกษาด้านความเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองพบว่าผู้บริหารองค์กรจะต้องดึงคุณสมบัติและความสามารถของตนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพให้เหมาะสม ทักษะการสื่อสารให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาสมรรถนะความรู้หรือเพิ่มพูนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและการปฏิบัติงานเพื่อประกอบการตัดสินใจ ส่งเสริมและสร้างทีมงานให้มีความรู้ความสามารถพัฒนาทักษะต่างๆ และสร้างเป้าหมายร่วมกันในการทำงาน และจะต้องพัฒนาทางด้านจิตใจและควบคุมอารมณ์และจิตใจของตนเองให้อยู่ในสถานะที่มีความปกติทั้งในยามเผชิญกับเหตุการณ์วิกฤตและสามารถนำพาคนในองค์กรไปสู่ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

จะเห็นได้ว่า ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต ท่อแก้ว (2564) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องมีความรู้การบริหารองค์กรการใช้เทคโนโลยีอย่างชำนาญ การมีทักษะการสื่อสารการพูดการฟัง การนำเสนออย่างเข้าใจได้ง่าย กระชับและเป็นมืออาชีพ มีการสื่อสารนโยบายและผลงานอย่างต่อเนื่อง มีสาระน่าสนใจและชวนติดตาม และสอดคล้องกับ ณรงค์ ลินสวัสดิ์ (2550) กล่าวถึงว่า ภาวะผู้นำมีบทบาทสำคัญที่โดดเด่นกว่าบุคคลอื่นและสามารถ

สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ตามการเป็นผู้นำจึงต้องเป็นผู้มีพลังกายและพลังสมองที่เข้มแข็ง มีความพยายามสูงกว่าคนอื่นและสามารถรับแรงกดดันต่างๆ ได้

ข้อค้นพบด้านความเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรจะต้องมีคุณสมบัติและความสามารถของความเป็นผู้นำ คือ คุณสมบัติและความสามารถในการบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศทักษะการสื่อสารอย่างเชี่ยวชาญ การใช้เทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัลต่างๆ เพื่อประสานทีมงานและสร้างความร่วมมือส่งเสริมการพัฒนาทักษะต่างๆ แก่บุคลากรในองค์กร และการพัฒนาทางจิตใจและการควบคุมอารมณ์และแรงกดดันต่างๆ ที่จะต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด

2.4.2 การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยดังนี้

1) การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร

สรุปผลการศึกษาการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่าผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์การทำงานในท้องถิ่นเป็นอย่างดี มีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ สร้างสรรค์ กระตือรือร้น โน้มน้าวสร้างแรงบันดาลใจกับเพื่อนร่วมงานและประชาชนในพื้นที่ มีภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ มุ่งมั่น จริงใจ ใจกว้าง รอบคอบ อ่อนน้อมถ่อมตน สง่าผ่าเผย สะอาด เรียบร้อย กระฉับกระเฉง ยิ้มแย้มแจ่มใส มีทักษะการสื่อสารที่สามารถสร้างความเข้าใจในการบริหารงานและสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างดี และมีทักษะความสามารถการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลพื้นฐานในการบริหารงานองค์กรเป็นอย่างดี

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริธระ เพือกประพันธ์ (2554) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน ศึกษาในห้วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2512 ถึง พ.ศ. 2549 พบว่า คุณสมบัติพื้นฐานของนักการเมืองจะต้องมีประสบการณ์และการเข้าใจการทำงานทางการเมืองและความชัดเจนทางการเมืองที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญ์ณัฐา พรธนะศิลป์, สัญญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2558) ศึกษาเรื่อง บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 พบว่า 1) บทบาทการนำอย่างมีประสิทธิภาพ คือ คุณลักษณะของผู้บริหารท้องถิ่นที่มีภาวะผู้นำ เป็นผู้ที่ตั้งอยู่บนหลักของเหตุผลความถูกต้อง 2) บทบาทเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น คือ ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องมีเป้าหมายและหลักยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ในทุกๆ ด้านตามภารกิจหน้าที่ และอำนาจภาครัฐในฐานะผู้นำองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน และ 3) บทบาทของนักบริหารมืออาชีพ คือ ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ให้คำปรึกษา จูงใจ และนำความรู้ให้แก่ผู้อื่นในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นแบบอย่างที่ดี และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต ท่อแก้ว (2564) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การ

บริหารส่วนจังหวัด พบว่า ความคาดหวังของประชาชนต่อนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องมีความรู้การบริหารองค์กร การใช้เทคโนโลยีอย่างชำนาญและมีทักษะการสื่อสารเป็นมืออาชีพ

ข้อค้นพบการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจและความต้องการ มีประสบการณ์ในการบริหารงานอย่างเหมาะสมกับพื้นที่ วิสัยทัศน์และความกระตือรือร้นมุ่งมั่นพัฒนาสร้างการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาที่ดีขึ้น การเป็นบุคคลแบบอย่างที่ดีและสามารถสร้างแรงบันดาลใจกับเพื่อนร่วมงานและประชาชนในพื้นที่ และจะต้องให้ความสำคัญกับทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรในองค์กรและประชาชนในพื้นที่โดยมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสื่อสารในการนำเสนอการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงการสื่อสารประชาชนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยในพื้นที่ได้

2) ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร

สรุปผลการศึกษาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ได้แก่ ผู้นำองค์กรจะต้องมีกระบวนการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร (ตัวบุคคล) อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การจัดการความรู้ความสามารถในการบริหารงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การจัดการภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ และพฤติกรรมอันพึงประสงค์ และการมีภาวะผู้นำและความเป็นผู้นำขององค์กรและประชาชนในท้องถิ่น การจัดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรไปพร้อมกับทีมบริหารสื่อสารองค์กรอย่างมีระบบและแบบแผนเพื่อสื่อสารไปถึงประชาชนในพื้นที่ การจัดการสื่อสารเฉพาะกลุ่มที่ใช้กิจกรรมต่างๆ ในการเข้าถึงทั้งรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และการมีที่ปรึกษาหรือนักวิชาการด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการการสื่อสารองค์กร

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต ท่อแก้ว (2564) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์จะต้องมีการกำหนดแผนการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ การประเมินภาพลักษณ์ การปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เป็นที่น่าจดจำ มีความเป็นมืออาชีพในการบริหารองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Martin and Aulich (2012) เรื่อง “Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs พบว่าผู้นำจะต้องตระหนักถึงบทบาท การสร้างความเข้าใจและนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและพลเมือง และผู้นำจะต้องอำนวยความสะดวกด้านกิจกรรมส่งเสริมแนวทางการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bochel, H. C (2010) เรื่อง Local Political Leadership and the Modernization of Local Government Studies พบว่า ผู้นำจะต้องมีการจัดการที่สร้างสรรค์ในฐานะผู้บริหารองค์กรและเพื่อนร่วมงานให้มีความพร้อมความสามารถผสมผสานให้เป็นที่ยอมรับ

ข้อค้นพบด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรต้องมีการจัดการความรู้และความสามารถในการบริหารงานให้เหมาะสมกับพื้นที่ในการตอบสนองความต้องการของประชาชน มีการจัดการภาพลักษณ์บุคลิกภาพและพฤติกรรมที่พึงประสงค์และทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการบริหารองค์กรมีการจัดการการสื่อสารองค์กรอย่างเป็นระบบมีแบบแผนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการจัดการการสื่อสารเฉพาะกลุ่มกิจกรรมทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อเชื่อมโยงและสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย และควรมีการร่วมมือกับสถาบันหรือที่ปรึกษาด้านการสื่อสารเพื่อการวางแผนและสร้างกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

3) ด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร

สรุปผลการศึกษาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์กรจะต้องพัฒนาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในการสร้างการรับรู้ข่าวสารการสื่อสารนโยบาย การทำงาน การแก้ปัญหาและภารกิจกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรและผู้บริหารองค์กรไปสู่ประชาชนอย่างทั่วถึง มีความโปร่งใส มีมาตรฐาน และมีการประเมินในหลายรูปแบบในการเข้าถึงผู้รับการประเมิน ได้แก่ การจัดการประเมินการสื่อสารขององค์กรเกี่ยวกับการประเมินผลการสื่อสารนโยบาย การแก้ปัญหาท้องถิ่น ผลดำเนินการขององค์กร การสื่อสารสำรวจความพึงพอใจในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และการจัดการประเมินผลการสื่อสารด้วยตนเองและทีมงานที่ปรึกษาที่ประเมินสำรวจความพึงพอใจภาพลักษณ์ของผู้บริหารองค์กรด้วยวิธีการต่างๆ ในพื้นที่

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณี ศรีสมุทร (2564) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า การประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการรับรู้ของประชาชนจะต้องประเมินภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้านคือ ความเป็นผู้นำ การบริหารองค์กร การพัฒนาการปรับแผนการสื่อสารและมีการประเมินติดตามภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำท้องถิ่นจะต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านการประเมินผลด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างการประชุมคุยด้วยกัน

ข้อค้นพบด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรควรมีการจัดการประเมินภาพลักษณ์องค์กรที่มีเครื่องมือและวิธีการต่างๆ ในการประเมินผล จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการประเมินผลการสื่อสารนโยบายในการสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้องกับประชาชนในพื้นที่ การนำผลประเมินการสื่อสารมาแก้ไขปรับปรุง และการจัดการการประเมินผลการสื่อสารด้วยตนเองและทีมงานที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างและปรับปรุงการสื่อสาร

2.4.3 การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยดังนี้

1) ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์กรจะต้องมีการจัดการการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะต้องมีตารางแผนดำเนินงานการลงทุกเขตพื้นที่อย่างทั่วถึงเพื่อพบปะประชาชนสร้างความสนิทสนมสร้างความเข้าใจ และสร้างความเชื่อมั่น มีการจัดการเครือข่ายในการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายในทุกๆ ระดับทั้งระดับแกนนำ และกลุ่มเครือข่ายประชาชนที่ไม่เป็นทางการ และจะต้องมีการจัดการกระบวนการพัฒนาเครือข่ายไปพร้อมกับทีมงานโดยการแบ่งหน้าที่ในการลงพื้นที่และการดูแลพื้นที่ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในบริบทสังคมพื้นที่

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำทางการเมืองจะต้องวางแผนการสื่อสารร่วมกับทีมงานในการจัดการลงพื้นที่อย่างเป็นส่วนๆ และวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในการกำหนดนโยบาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martin and Aulich (2012) เรื่อง Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs พบว่า ผู้นำจะต้องตระหนักถึงบทบาทและการปรับตัวอย่างเหมาะสมในการสร้างความเข้าใจประเด็นทางการเมืองและนโยบายการพัฒนาในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและพลเมือง

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรควรจัดทำแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาวในการจัดการลงพื้นที่หาความต้องการสร้างความเข้าใจและให้ความสนิทสนมระหว่างผู้บริหารองค์กรกับประชาชนในพื้นที่การจัดการเครือข่ายและกระบวนการพัฒนาเครือข่ายในการสร้างความเชื่อมั่นในทุกๆระดับสร้างความร่วมมือระหว่างผู้บริหารองค์กรและสมาชิกเครือข่ายให้มีความสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง

2) ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่าผู้บริหารองค์กรจะต้องเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองและต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจ ประสานประโยชน์ความต้องการ การแก้ปัญหาด้วยความจริงใจ และจะต้องรักษาสัมพันธ์ภาพกับสมาชิกเครือข่ายคนเก่า และการพบปะคนใหม่ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์เพิ่มเติม การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ อย่างจริงใจ และการมีช่องทางติดต่อสื่อสารประสานงานทั้งสื่อส่วนตัวในระบบออนไลน์และการติดต่อแบบถึงตัวหรือเบอร์โทรติดต่อเร่งด่วนโดยตรง

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาวดี ตานีเห็ง (2562) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ในการปฏิบัติงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จะต้องแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการบริหารองค์การด้านการสร้างการมีส่วนร่วมการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการตอบสนองผลประโยชน์และการแก้ปัญหา และการถ่ายทอด และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เกิดการรับรู้เข้าใจเพื่อรักษาฐานเสียงทางการเมือง

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์การเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์การควรลงพื้นที่โดยตรงเพื่อเข้าใจปัญหาและความต้องการ การสร้างความเข้าใจและประสานประโยชน์ระหว่างองค์กรและชุมชนที่เข้มแข็งยั่งยืน การสนับสนุนและการสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายคนเก่าและการเพิ่มสมาชิกใหม่ๆ ระดับชุมชนต่างๆ การเปิดช่องทางการสื่อสารที่สะดวกในการติดต่อประสานที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกในการประสานงานเร่งด่วน

3) ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมของผู้บริหารองค์การเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์การจะต้องผลักดันกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ประเพณีวัฒนธรรม ศาสนา และธรรมเนียมปฏิบัติของบริบทสังคมท้องถิ่นนั้นๆ โดยมีการผลักดันให้กิจกรรมเกิดจากความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ยึดหลักตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก และเป้าหมายของกิจกรรมที่มีจะต้องความหลากหลายกลุ่มกิจกรรมตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่ในแต่ละกลุ่มเพื่อให้กิจกรรมตอบโจทย์และมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมาย

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาวดี ตานีเห็ง (2562) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ผู้บริหารองค์การมีกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างกิจกรรมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ในลักษณะประเพณีวัฒนธรรมและบริบทสังคมท้องถิ่นนั้น และกิจกรรมขององค์กรเกิดจากการผลักดันการดำเนินกิจกรรมในการรับฟังความคิดเห็น การมีส่วนร่วมและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่เกิดความต้องการ

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมของผู้บริหารองค์การเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์การเริ่มต้นด้วยการศึกษาข้อมูลวิถีชีวิตประเพณี วัฒนธรรม ศาสนาและธรรมเนียมปฏิบัติ เพื่อเป็นข้อมูลจะช่วยให้ทราบถึงความต้องการและความสนใจของชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของประชาชนในกระบวนการวางแผน การกำหนดเป้าหมาย การดำเนินการ และการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะสร้างขึ้น การสนับสนุนให้มีกิจกรรมที่มีความหลากหลายที่

เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน การปฏิบัติตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารองค์กรสร้างกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ และสร้างค่านิยมทางการเมืองในระยะยาวให้กับองค์กรและชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4) ด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้

สรุปผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์กรจะต้องเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอให้ทั่วถึงในทุกเขตพื้นที่โดยจะต้องมีการวางแผนดำเนินงานลำดับความสำคัญของกิจกรรมในการพบปะประชาชนเครือข่ายต่างๆ อย่างทั่วถึง ซึ่งต้องมีการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่มากที่สุดโดยอาศัยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรและเครือข่ายองค์กรสนับสนุนในการกระจายข่าวสารและจะต้องเน้นการประชาสัมพันธ์องค์กรที่เป็นสื่อออนไลน์เครือข่ายโซเชียลที่มีแนวโน้มของผู้ติดตามและใช้งานมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น เพจ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ไลน์ ดิจิตอล เป็นต้น และมีความจำเป็นต้องทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีที่เป็นที่ปรึกษาการสื่อสารด้วยระบบออนไลน์เพื่อเสริมสร้างระบบการสื่อสารงานประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิงห์สิงห์ขจร (2560) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่าผู้นำทางการเมืองจะต้องมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน มีการประชุมสมาคมแกลงผลงาน การพูดคุยถึงผลงานผ่านการใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่ สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ โดยทฤษฎีนี้มีพื้นฐานอยู่ที่การเลือกใช้สื่อหรือการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารหรือผู้บริโภค ผู้ส่งสารต้องมีความกระตือรือร้นเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจและเกิดความคาดหวังตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้โดยมีสื่อเป็นเครื่องมือ ซึ่งการใช้สื่อใดๆ ให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับสารนั้นโดยผู้ส่งสารมุ่งหวังให้สารนั้นมีประโยชน์และส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมการใช้สื่อในการรับเรื่องราวจากการนำเสนอ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Klinger, U. Michalska, K. and Russmann, U (2020) เรื่อง Are Campaigns Getting Uglier, and Who Is to Blame? Negativity, Dramatization and Populism on Facebook in the 2014 and 2019 EP Election Campaigns พบว่า การสร้างเนื้อหาประชาานิยมทางการเมืองบนเฟซบุ๊กสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกค่านิยมการมีปฏิกริยามมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็นในวงกว้างและการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสร้างค่านิยมโดยตรงกับประชาชนอย่างเป็นธรรมชาติมีส่วนช่วยในการรักษาสัมพันธ์ภาพความรู้สึกของผู้คนในหลายกลุ่มเข้าด้วยกันในการขับเคลื่อนความคิดเห็นทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมของผู้ใช้จำนวนมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิิต ท่อแก้ว (2564) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมีความต้องการที่จะปรึกษามืออาชีพใน

การวางระบบการสื่อสารสามารถปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการนำองค์กรอย่างมีอาชีพไร้ข้อบกพร่อง และทำงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ข้อค้นพบด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง ผู้บริหารองค์กรควรมีการวางแผนดำเนินการลำดับความสำคัญในการลงพื้นที่ในทุกเขตพื้นที่ การใช้สื่อในทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อกระจายข้อมูลและความคิดเห็น นอกจากนี้ควรใช้สื่อออนไลน์ที่มีการเข้าถึงคนในพื้นที่ได้ง่ายและสะดวกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ได้ตลอดเวลา ควรสร้างทีมงานผู้เชี่ยวชาญและทีมงานที่ปรึกษาด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีที่สามารถให้คำแนะนำและจัดการกิจกรรมสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การรับรู้และการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญของกระบวนการบริหารจัดการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการทำให้ความรับรู้มีคุณค่าและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและประชาชนในพื้นที่จะช่วยเพิ่มความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นระหว่างผู้บริหารองค์กรและประชาชนในพื้นที่ที่มีแข็งแรงสำหรับการพัฒนาและการดำเนินงานขององค์กรให้ก้าวหน้าสู่ความเป็นเลิศ

3. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยพบว่า การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อสามารถนำไปพัฒนาการสื่อสารและต่อยอดงานวิจัยต่อไปดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 ผู้บริหารองค์กรควรนำผลการวิจัย การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ในประเด็นคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และ แนวทางการพัฒนาการสื่อสารมาปรับใช้ในการสร้างค่านิยมทางการเมืองกับประชาชนในพื้นที่

3.1.2 ผู้บริหารองค์กรโดยฝ่ายกองงานยุทธศาสตร์แผนงานและนโยบายควรมีนโยบายสร้างภาพลักษณ์องค์กรไปสู่ความนิยมให้กับองค์กร โดยเน้นคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในทุกระดับ

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

3.2.1 ผู้บริหารองค์กรควรเสริมสร้างสมรรถนะทางการสื่อสารและสร้างคุณลักษณะความเป็นผู้บริหารองค์กรให้เป็นที่พึงประสงค์ของบุคลากรภายในองค์กรและประชาชนในพื้นที่

3.2.2 ผู้บริหารองค์กรควรมีกระบวนการจัดการทางสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารและการประเมินการสื่อสารในการวางระบบการสื่อสารการปฏิบัติการสื่อสาร กำกับติดตามงานการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กร การสร้างผลงานที่ประจักษ์ การสื่อสารตอบโต้ทางการเมือง การสื่อสารต่อสาธารณชนและองค์กรในการปฏิบัติหน้าที่ผู้บริหารองค์กร และการสื่อสารนโยบายและผลงานในการขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่น

3.2.3 ผู้บริหารองค์กรควรส่งเสริมเพิ่มศักยภาพการพัฒนาการสื่อสารแก่บุคลากรภายในองค์กรและเพื่อให้สอดคล้องกับการสื่อสารองค์กรในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและการสร้างความนิยมทางการเมืองท้องถิ่น

3.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณควบคู่ไปกับเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3.3.2 ควรทำการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย

3.3.3 ควรทำการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในระดับสมาชิกสภาองค์กรปกครองท้องถิ่น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

ศรีโฆทัยธรรมมาฉีราช

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2564). *ข้อมูลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2564 , จาก <http://www.dla.go.th/work/abt/index.jsp>
- กานต์ บุญศิริ. (2563). *การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารนโยบายสาธารณะทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น*. ใน *การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น* (หน่วยที่ 5). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- กิ่งแก้ว ศรีสาสิกุลรัตน์. (2555). *ภาวะผู้นำ(Leadership)*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/199694>.
- คุณวุฒิ คนฉลาด. (2540). *ภาวะผู้นำ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ชลบุรี : ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จรรยา หยุทอง และ แสงอุทัย. (2555). *ตัวตนของคนได้*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://mgronline.com/south/detail/9550000017065>.
- ชนินทร ม้าทอง. (2560). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication Concept). *วารสารคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2(1), 163-167.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2561). *ภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารองค์การ : แนวคิด ทฤษฎีและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- เชิด ดวงโพธิ์. (2554). *การจัดการการสื่อสารด้วยศิลปะเพื่อการเรียนรู้ของนักเรียนในจังหวัดพัทลุง*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช, นนทบุรี.
- ไชยะ เทพา. (2564). *ภาวะผู้นำทางการเมืองในยุคโควิด-19. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(3) 1028-1045.
- ณรงค์ สิ้นสวัสดิ์. (2550). *เส้นทางผู้นำการเมือง*, กรุงเทพฯ: แม็ค.
- ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2560). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. ใน *ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ณัฐภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์. (2563). *ภาวะผู้นำทางการบริหารการพัฒนา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2563, จาก http://www.elgrad.ssu.ac.th/natnaporn_ae/pluginfile.php/31/block_html/content/%E0%B2.pdf.

ดุชฎีรัตน์ โกสุมภ์ศิริ. (2558). *ภาวะผู้นำแบบดุลยภาพ – ภาวะผู้นำสำหรับศตวรรษที่ 21*. สืบค้นเมื่อ 19/2/65, จาก <http://leader1234.blogspot.com/2015/>.

ทิศทางและความท้าทายของบริบทท้องถิ่นไทย. *บริบทการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารราชการส่วนกลาง การบริหารราชการส่วนภูมิภาค. สถาบันพระปกเกล้า*. สืบค้นเมื่อ 6/12/64, จาก <http://kpi.ac.th/knowledge/book/data/1155?page=3>.

ธัญนันท์ จันทร์ทรงพล. (2560). บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ในการแก้ไขปัญหาการก่อความไม่สงบจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 1(7), 76-83.

ธรรมรัตน์ ธรรมยาฤทธิ์. (2561). ความนิยมทางการเมืองของประชาชนหมู่บ้านเสื่อแดงจังหวัดอุดรธานี ที่มีต่อพรรคเพื่อไทยภายหลังการรัฐประหาร 2557. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 8(3), 44.

นิชาวดี ดานีเห็ง. (2562). การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช/นนทบุรี*.

นันทพร วงษ์เชษฐา. (2564). *การสื่อสารทางการเมือง*. ปทุมธานี: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. (2565). *การสื่อสารทางการเมือง: มิติตะวันตก*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิสิต ท่อแก้ว. (2564). การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. *มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี*.

แนวหน้า. *การเมือง*. สืบค้นเมื่อ 6 /12/64, จาก <https://www.naewna.com/politic/619656>

บุษอริ ยีหมะ. (2554). *ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2548). *การจัดการสื่อสารแบบประยุกต์: เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการวางแผนและประเมินผลโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.

พัชรมนต์ ดีมะการ. (2557). *คุณลักษณะภาวะผู้นำ: กรณีศึกษาผู้บริหารการพยาบาลดีเด่นสาขาการบริการพยาบาล ระดับปฐมภูมิ จากสภาการพยาบาล*. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี, กรุงเทพฯ*, 30(2), 48 .

ภาคชุตตา อำไพพรรณ. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน. *วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า*, 2(2) 39-40.

- ภรณ์ทิพย์ สิงห์นิล. (2559). การจัดการทางการสื่อสารของผู้บริหารเจนเนอเรชั่นวายเพื่อสร้างการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มณี ศรีสมุทร. (2564). การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช/นนทบุรี.
- มนัสชนก สุรชัยกุลวัฒนา. (2557). รูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม (e-JODIL), มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564, จาก <https://e-jodil.stou.ac.th/Page/Home.aspx>
- ระพีพร ฤทธิไพโรจน์. (2548). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสตรี.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กรุงเทพฯ.
- ยุทธพร อิศรชัย. (2561). แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง. ใน ประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์การเมือง (หน่วยที่8). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ลิขิต อีระเวคิน. (2550). วิวัฒนาการการเมืองการปกครองไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 10) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทยากร ท่อแก้ว. (2563). แนวคิด ขอบเขต และแนวทางการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น. ใน การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น (หน่วยที่1). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วันชัย ปานจันทร์. (2563). ภาวะผู้นำในองค์กร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย รามคำแหง.
- วัลลภ ลำพาย. (2551). แนวคิดและกระบวนการของการสื่อสาร. ใน การสื่อสารทางการเมือง (หน่วยที่ 3). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริรัฐพันธ์ ไทยานันท์. (2556). การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน : ศึกษาในห้วงเวลา ระหว่างปี พ.ศ.2521 ถึง พ.ศ. 2554. ปรัชญาดุชนิพนธ์ (สื่อสารทางการเมือง). วิทยาลัยสื่อสารทางการเมือง, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สุปกำปัง, สติธร ธนานิธิโชติ และจารุวรรณ กาบซ้อน. (2558).สาระสำคัญของร่างรัฐธรรมนูญฉบับปฏิรูป.เอกสารประกอบการสัมมนาในโครงการ “การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อร่างรัฐธรรมนูญ”. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- สุขุม เฉลยทรัพย์. (2565). ภาวะผู้นำทางการเมือง.สยามรัฐ. สืบค้นเมื่อ 31 มิถุนายน 2565, จาก <https://siamrath.co.th/n/351204>

- สุขานุช พันธนียะ และฮาซิมอักกริม คงนะเค็ง. (2563). คุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขตเทศบาลนครตรัง. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า*, 18(3) 17-35.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2550). *การจัดการทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- _____. (2559). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระเปียงทอง.
- สิงห์ สิงห์ขจร. (2560). *การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช/นนทบุรี.
- สิทธิระ เผือกประพันธ์. (2554). *การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน : ศึกษาในห้วงเวลา ระหว่างปี พ.ศ.2512 ถึง พ.ศ. 2549*. ปรัชญาคุชชินพันธ์ (สื่อสารทางการเมือง). วิทยาลัยสื่อสารทางการเมือง, มหาวิทยาลัยเกริก.
- สัมมา ธนนิชย์. (2556). *หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- เสถียร เขยประทับ. (2554). *การสื่อสารและการตลาดการเมือง*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนห์ จุ้ยโต. (2552). *วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ผู้นำยุคใหม่*. นนทบุรี: โครงการส่งเสริมการแต่งตำรา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อานันท์ ปันยารชุน. (2540). *วิสัยทัศน์กว้างไกลปฏิบัติได้ผลจริงในสงวนนิตยารัมภ์พงศ์ และสุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ.ภาวะผู้นำความสำคัญต่ออนาคตไทย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ไทย.
- อนุสรณ์ อนุโณ. (2560). *เกิดมาหนึ่งชาติต้องกราบพระธาตุเมืองนคร: คนใต้ ศีลธรรม และการเมือง*. ศูนย์อาเซียนศึกษา วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2564). *นิเทศศาสตร์นวัตกรรมท้องถิ่น*. ปทุมธานี: นาค
- Berlo, D. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Brian McNair. (1995). *An Introduction to Political communication*. London: Routledge.
- Bochel, H. C. (2010). *Local Political Leadership and the Modernization of Local Government Studies*, 36:6, 723-737, DOI: 10.1080/03003930.2010.523199
- Creswell, J. W. (2012). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*: Sage. Publications, Inc.
- Griffin, R. W. (1999). *Management* (6" ed.). USA: Houghton Mifflin Company.
- Lillerker, D. G. (2006). *Keys Concepts in Political Communication*. Thousand Oaks, California: Sage.

Martin, J. and Aulich, C. (2102). *Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs*, Australian Centre of Excellence for Local Government, University of Technology, Sydney.

Schermerhorn, J. R. (2002). *Management* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Klinger, U. Michalska, K. and Russmann, U. (2020). *Are Campaigns Getting Uglier, and Who Is to Blame? Negativity, Dramatization and Populism on Facebook in the 2014 and 2019 EP Election Campaigns*. Political Communication, Routledge Taylor & Francis Group. สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2566, จาก <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2133198>.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมมาธิราช



ภาคผนวก

เครื่องมือสำหรับการวิจัย

มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมราชา

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ชุดที่ 1

สำหรับผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์

ระดับหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ และผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร

การวิจัย เรื่อง การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้าง

ความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของ
ผู้บริหาร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร

ผู้วิจัยชื่อ นายเอกกร มีสุข นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทาง
การเมืองและการปกครองท้องถิ่น

ข้อตกลงการสัมภาษณ์

คำถามบางข้ออาจทำให้ท่านเครียดหรือรู้สึกไม่สบายใจท่านมีสิทธิ์เลือกที่จะไม่ตอบได้หรือ
หากเกิดภาวะเช่นนี้ระหว่างการสัมภาษณ์ ขอให้แจ้งกับผู้สัมภาษณ์เพื่อหยุดพักการสัมภาษณ์ ยกเลิก
การสัมภาษณ์หรือท่านอาจเลือกไม่ตอบคำถามได้

แนวคำถาม

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการ
สื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ประเด็นที่ 1 ประวัติและภูมิหลัง

- 1) ประวัติพื้นฐานการศึกษา รางวัลต่างๆ ก่อน และขณะดำรงตำแหน่งมีอะไรบ้าง
- 2) การทำงานด้านช่วยเหลือสังคม และกิจกรรมทางสังคมเพื่อส่วนรวมร่วมกับ
ประชาชนมีอะไรบ้างและเป็นอย่างไร

ประเด็นที่ 2 สมรรถนะทางการสื่อสาร

- 1) สมรรถนะด้านการพูด การฟัง การนำเสนอให้เข้าใจอย่างง่ายและมีความ
ทันสมัยเป็นอย่างไรทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ
- 2) สมรรถนะด้านบุคลิกภาพที่เหมาะสมการแสดงออกถึงความจริงใจอ่อนน้อม
ถ่อมตน และเป็นกันเองเข้าถึงได้ง่ายเป็นอย่างไรทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ
- 3) สมรรถนะด้านภาพลักษณ์ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีภาวะผู้นำที่มีจิตใจที่เข้มแข็ง
กระตือรือร้นเป็นอย่างไรทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ
- 4) สมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยี ความสามารถใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานหรือ
บริหารองค์กรมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านนั้นๆ

ประเด็นที่ 3 ความเป็นผู้นำองค์กร

- 1) การบริหารงาน การชี้แนะ สั่งการ และช่วยเหลือให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 2) หลักการ เป้าหมาย มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 3) การตัดสินใจ การสร้างความร่วมมือและการเป็นนักประชาธิปไตยเพื่อบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จในการทำงานมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 4) การวางตนที่เหมาะสม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กรและนอกภายองค์กรมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 5) การทำเพื่อประโยชน์ให้กับประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหา และการรับดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างเร่งด่วนมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น

ส่วนที่ 2 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ประเด็นที่ 1 การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1) การจัดการด้านความรู้ความสามารถและการมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 2) การจัดการด้านภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 3) การจัดการด้านการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่เพื่อตอบสนองผลประโยชน์แก่ประชาชนสูงสุดมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 4) การจัดการด้านทักษะการสื่อสาร การพูด การฟัง การนำเสนอ การวิเคราะห์ และความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสารในการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น

ประเด็นที่ 2 การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร

- 1) การจัดการการวางแผนการสื่อสารการบริหารงาน ชี้แนะ และสั่งการในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 2) การจัดการดำเนินการด้านรูปแบบ เนื้อหาข่าวสาร และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กรมีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น
- 3) การจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงานการสร้างร่วมมือการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชน เพื่อบรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จในการทำงาน มีอะไรบ้าง ทำไมผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเช่นนั้น

ประเด็นที่ 3 การจัดการประเมินผลการสื่อสาร

- 1) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างไร
- 2) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีขั้นตอนอะไรบ้าง
- 3) การประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีใครเป็นผู้ดำเนินการ
- 4) หลังจากได้ผลการประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทัศนคติวิสัยทัศน์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแล้วนำไปดำเนินการอย่างไร

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ประเด็นที่ 1 กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

- 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร
- 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนปฏิบัติอย่างไร
- 3) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ
- 4) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

ประเด็นที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์

- 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร
- 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนอะไรบ้าง
- 3) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร
- 4) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ
- 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม

- 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร
- 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนอะไรบ้าง
- 3) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร
- 4) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ
- 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร

ประเด็นที่ 4 กลยุทธ์การสร้างการรับรู้

- 1) กลยุทธ์นี้มีความสำคัญอย่างไร

- 2) กลยุทธ์นี้มีขั้นตอนอะไรบ้าง
- 3) กลยุทธ์นี้มีวิธีการปฏิบัติอย่างไร
- 4) อะไรคือปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ
- 5) ประเมินกลยุทธ์นี้อย่างไร



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ชุดที่ 2

สำหรับผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร

การวิจัย เรื่อง การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหาร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร ผู้วิจัยชื่อ นายเอกกร มีสุข นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขา ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ภาควิชา ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต การเมืองและการปกครองท้องถิ่น

ข้อตกลงการสัมภาษณ์

คำถามบางข้ออาจทำให้ท่านเครียดหรือรู้สึกไม่สบายใจท่านมีสิทธิ์เลือกที่จะไม่ตอบได้หรือหากเกิดภาวะเช่นนี้ระหว่างการสัมภาษณ์ ขอให้แจ้งกับผู้สัมภาษณ์เพื่อหยุดพักการสัมภาษณ์ ยกเลิกการสัมภาษณ์หรือท่านอาจเลือกไม่ตอบคำถามได้

แนวคำถาม

ส่วนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

ประเด็นที่ 1 แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1) แนวทางการพัฒนาด้านสมรรถนะทางการสื่อสารมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น
- 2) แนวทางการพัฒนาด้านความเป็นผู้นำองค์กรมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น

ประเด็นที่ 2 แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1) การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น
- 2) แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรมีอะไรบ้าง ควรเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น
- 3) แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสารมีอะไรบ้าง เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น

**ประเด็นที่ 3 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น**

- 1) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น
- 2) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์มีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น
- 3) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมมีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น
- 4) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้มีอะไรบ้าง รายละเอียดเป็นอย่างไร เหตุผลที่ต้องเป็นเช่นนั้น





ภาคผนวก ข

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมมาธิราช



WAMRS4-CE000146

CERTIFICATE
INSTITUTE FOR RESEARCH AND DEVELOPMENT
SUKHOTHAI THAMMATHRAT OPEN UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช
สถาบันวิจัยและพัฒนา

ศูนย์วิจัยกรรมการวิจัย
สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช
มอบเกียรติบัตรนี้ไว้เพื่อแสดงว่า

นายเอกกร มีสุข

ได้ผ่านการอบรม
เรื่อง "จริยกรรมการวิจัยในคน"

มอบไว้ ณ วันที่ ๑๗ เดือน มิถุนายน พุทธศักราช ๒๕๖๔
จัดโดย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช

[Signature]
รศ.ดร.ศิริวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ
รักษาการแทนรองอธิการบดีฝ่ายทรัพยากรบุคคล
และบริหารทั่วไปและวิจัย

[Signature]
รศ.ดร.สมใจ พุทธชาติศักดิ์ผล
ประธานกรรมการจริยกรรมการวิจัยในคน
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช

[Signature]
รศ.ดร.สังวรณ์ ังคตะโรตถ
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช

MADE FOR FREE WITH CERTIFY'EM



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายเอกกร มีสุข
วัน เดือน ปี เกิด	31 ธันวาคม 2521
สถานที่เกิด	อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง
ประวัติการศึกษา	รัฐศาสตร์ (ร.บ.) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2560 นิเทศศาสตร์ (นศ.ม.) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2562
สถานที่ทำงาน	ร้านเค้กชาวดั้ง 18/67 ซ. 4 ถ.เพลินพิทักษ์ อ.เมือง จ.ตรัง 92000 โทร. 084-0602345 บริษัท ทีซีที อินเทอร์เน็ตกรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด 424 ซ.กรุงธนบุรี 4 ถ.กรุงธนบุรี แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600 โทร. 096-871-2666
ตำแหน่ง	ผู้ควบคุมงานก่อสร้างห้างหุ้นส่วนจำกัดบุษราคัมการโยธาจ.สมุทรปราการ (2543 –2547) ผู้ประกอบการร้านเค้กชาวดั้ง อ.เมือง จ.ตรัง (2547– ปัจจุบัน) ที่ปรึกษาบริษัท ทีซีที อินเทอร์เน็ตกรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด (2565 – ปัจจุบัน)

