



การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด* COMMUNICATION TO GAIN THE POSITION OF CHAIRMAN OF THE PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม^{1*}, หลุยส์ ปัญญาวุธตระกูล¹, กานต์ บุญศิริ¹, จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์²

Karnsupanut Suwannikom^{1*}, Haruthai Panyarvuttrakul¹, Karn Boonsiri¹, Jitraporn Sudhivoraseth²

¹สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

¹School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

²คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

²Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: rundokung@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 12 คน ด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจงคือ 1) ผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ต่ำกว่า 2 สมัย จำนวน 3 คน โดยมีภูมิหลังจากตระกูลนักการเมือง จากภาครัฐกิจ และจากองค์กรภาครัฐ 2) ทีมงานสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ๑ ละ 2 คน รวม 6 คน และ 3) นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 คน ผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารคุณลักษณะ ประชาชนต้องการผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในการทำงานการเมืองกับประชาชนในพื้นที่ เป็นผู้รับฟังที่ดี มีความซื่อตรง และบุคลิกภาพดี โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haime, A. et al. ที่พบว่าประสบการณ์การเมืองก่อนหน้าของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งนั้นมีผลต่อความสำเร็จในการเลือกตั้ง ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งควรใช้การออกแบบเนื้อหาสาระที่สร้างให้เกิดการจดจำ ใช้สื่อในหลากหลายช่องทาง และใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสำเร็จ และจากการวิจัยนี้ผู้ที่ต้องการเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดควรพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งโดยเริ่มจากการประเมินคุณลักษณะของตนเองเพื่อวางแผนและปรับปรุง พัฒนาทักษะที่จำเป็น ให้เหมาะสมกับบริบท รวมไปถึงการวิเคราะห์เพื่อเข้าใจความต้องการของประชาชน จึงจะสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและประสบผลสำเร็จ

คำสำคัญ: การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งและคุณลักษณะทางการเมือง, กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง, การเลือกตั้งท้องถิ่นในประเทศไทย

Abstract

The objectives of this research were to study 1) communication of the characteristics to gain the position of chairman of a provincial administrative organization (PAO); 2) communication strategies to gain the position of PAO chairman; and 3) approaches for developing better



communications to gain the position of PAO chairman. This research used the qualitative research method of in-depth interviews. There were 12 key informants, chosen through purposive selection, consisting of 1) 3 individuals who had held the position of PAO chairman for at least 2 terms and who had a background of coming from a family of politicians or from the business sector or from the civil service, 2) 6 people working for the communication teams of PAO chairmen (2 from each province), and 3) 3 academics working in the field of political communication. The findings reveal that, in terms of communication of the characteristics, people seeks leaders who are knowledgeable, experienced in political work with the local community, good listeners, honest, and possess a strong personality. These findings align with the research of Haime, A., et al., which highlighted that prior political experience significantly contributes to electoral success. Regarding communication strategies characteristics to gain the position, effective strategies include crafting memorable messages, utilizing diverse communication channels, and emphasizing participatory communication as key drivers of success. This aligns with previous studies on strategic communication in political contexts. Finally, the study suggests that individuals aspiring to the position of PAO chairman should develop their communication by evaluating their own attributes, planning and refining their approaches, enhancing necessary skills, appropriate to the situations, and analyzing the needs of the public. These steps are critical for achieving effective and successful communication tailored to the audience.

Keywords: Communication for Political Positioning and Attributes, Political Communication Strategies, Local Elections in Thailand

บทนำ

การสื่อสารเป็นกุญแจสำคัญในการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนข้อมูล ความต้องการ ความรู้สึก จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อหวังผลให้เกิดความคิด การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม หรือเพื่อให้ทำตามความต้องการ (ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ และพรพิมล สงกระสัน, 2564) โดยการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเลือกตนเองเข้าไปเป็นตัวแทนในการทำหน้าที่บริหารจัดการท้องถิ่นผ่านการเลือกตั้ง โดยผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องมีความรู้ในตัวเอง มีคุณลักษณะเป็นที่ต้องการของประชาชน มีทักษะที่จำเป็นอย่างครบถ้วน และที่จะขาดไม่ได้คือการที่จะสื่อสารออกไปให้ประชาชนได้รับรู้ถึงคุณลักษณะของตน รวมไปถึงการมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร เพื่อให้ได้รับชัยชนะและเข้าสู่ตำแหน่งได้ในท้ายที่สุด ดังจะเห็นได้จากปี 2563 ที่มีการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดทั่วประเทศ จากสถิติพบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการเมืองและเกี่ยวข้องกับงานด้านการเมืองมาก่อนมีโอกาชนะการเลือกตั้งสูงกว่าร้อยละ 90 (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

ผู้นำทางการเมืองในระดับท้องถิ่น เป็นผู้ที่มีอำนาจในการบริหารงาน และดำเนินนโยบายด้านต่าง ๆ ใน การที่จะรักษา พัฒนา และต่อยอดประเพณี ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นตนเอง รวมไปถึงพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ก้าวทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน ผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้นำหรือผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารงาน การจัดสรรทรัพยากรของชุมชน และการพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมาก การปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จได้นั้นต้องได้รับความร่วมมือและยอมรับจากทุกฝ่าย ดังเช่นงานวิจัยของ รัตติกาล แก้วเกิดมี ระบุว่าผู้ที่มีบุคลิกสุภาพ

อ่อนน้อม ปรับตัวเข้ากับทุกคนได้เป็นอย่างดีจะได้รับความร่วมมือจากผู้อื่น โดยเฉพาะผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนับว่ามีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากเป็นผู้ประสานงานกับทุกท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดและเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับประชาชน (รัตติกาล แก้วเกิดมี, 2562) นอกจากการเป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่เป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไปแล้ว การจะโน้มน้าวให้ประชาชนหันมาลงคะแนนเสียงให้ยังต้องประกอบด้วยการสื่อสารที่ถูกต้อง คำนึงถึงทุกองค์ประกอบของสาร และวางแผนการใช้สื่อที่ดี ต้องคำนึงถึงสภาพของผู้รับสารด้วย กล่าวคือจะต้องมีการวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารที่เหมาะสมจึงจะประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากผู้ที่เข้ามาดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาและแก้ปัญหาในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนนั้นต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนการลงคะแนนเสียงเพื่อเลือกผู้แทนของตน (อลงกรณ์ อรรคแสง, 2547)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่ายังไม่เคยมีการศึกษาวิจัยถึงกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างผู้ที่ลงสมัครรับเลือกตั้งและอยู่ในตำแหน่งที่มีภูมิหลังที่แตกต่างจากภาคธุรกิจและภาคราชการ หรือแม้แต่ภูมิหลังครอบครัว เพราะนอกจากคุณลักษณะความเป็นผู้นำที่แสดงออกมาให้เห็นจากผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเองแล้วประชาชนยังใช้ข้อมูลภูมิหลังเป็นส่วนประกอบในการช่วยตัดสินใจด้วย เนื่องจากภูมิหลังของผู้รับสมัครนี้มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคล รวมไปถึงการรับรู้ของประชาชน และความน่าเชื่อถือในการทำงานด้วย จากข้อมูลที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาผู้ที่เข้าสู่ตำแหน่งจากบุคคลผู้ที่มีภูมิหลังที่แตกต่างในการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งเพื่อที่จะได้องค์ความรู้ในการสื่อสาร และเป็นแนวทางให้ผู้มีความรู้ความสามารถที่มีความสนใจในการเข้าสู่การเมืองเพื่อพัฒนาประเทศ มีโอกาสในการเข้าสู่ตำแหน่งมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเคยมีประสบการณ์ในการทำงานการเมืองมาก่อนหรือไม่ ก็จะสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปศึกษาและนำไปเป็นแนวทางในการสื่อสารได้ หากทราบถึงแนวทางในการสื่อสารที่ถูกต้อง และตรงกับประชาชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นกระบวนการเพื่อค้นหา พัฒนาแนวทางการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบเจาะจงประกอบด้วย 1) ผู้ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดไม่ต่ำกว่า 2 สมัย จำนวน 3 คน โดยมีภูมิหลังจากตระกูลนักการเมืองมาจากจังหวัดแม่ฮ่องสอน จากภาคธุรกิจมาจากจังหวัดพิษณุโลก และจากองค์กรภาครัฐมาจากจังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับวัตถุประสงค์มากที่สุด ทั้งนี้พิจารณาจากผู้ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน 2) ทีมงานสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ๆ ละ 2 คน รวม 6 คน และ 3) นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นหลักของข้อคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง จำนวน 3 ชุด ชุดที่ 1 สำหรับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 ในประเด็นการสื่อสารคุณลักษณะและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง ชุดที่ 2 สำหรับ

ที่วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 ในประเด็นการสื่อสารคุณลักษณะและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง และชุดที่ 3 สำหรับนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในประเด็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดำเนินการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.50 และให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณานุมัตินำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยโครงการวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ลงวันที่ 27 พฤศจิกายน 2566 หมดยุ อายุ 26 พฤศจิกายน 2567 และนำเครื่องมือการวิจัยไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ยึดหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยโทรศัพท์นัดหมายผู้ให้สัมภาษณ์ล่วงหน้าผ่านทางทีมงานและเลขาเพื่อให้ยืนยันการยินยอมให้สัมภาษณ์ด้วยวาจา จากนั้นจึงส่งจดหมายเชิญเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ นัดหมายวัน เวลาและสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์จะเริ่มจากการแนะนำตัวผู้สัมภาษณ์ อธิบายงานวิจัยในภาพรวม ชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย และแจ้งสิทธิในการหยุดให้สัมภาษณ์ทุกเมื่อ ขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ทำการบันทึกเสียง จัดบันทึก และถ่ายภาพระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์เมื่อได้รับข้อมูลครบถ้วน ครบทุกประเด็นของข้อคำถามหรืออิมตัว ระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 1-2 ชั่วโมงต่อบุคคลเมื่อเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ กล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล หากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมจะขออนุญาตโทรศัพท์สอบถามอีกครั้ง หรืออาจจะกลับไปพบอีกครั้งเพื่อเพิ่มเติมข้อมูลและทวนสอบความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาเรียบเรียง จัดกลุ่ม โดยแบ่งแยกกลุ่มข้อมูลตามประเด็นหลักที่ศึกษา คัดเลือกข้อมูลโดยลดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ศึกษาตามประเด็นหลักที่ศึกษาตามแต่ละข้อของวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้วิธีการพรรณนาความ (Descriptive Interpretation) เพื่ออธิบายให้เห็นภาพรวม ลักษณะของข้อมูลและความสัมพันธ์ของประเด็นที่ศึกษา นำกรอบแนวคิดมาเป็นตัวตีกรอบตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า
 - 1) ความรู้ ประกอบไปด้วย 1.1) ประวัติ มีการศึกษาที่ดี มีทักษะการบริหารงาน เคยช่วยเหลือท้องถิ่นและสังคมมาก่อน 1.2) ประสบการณ์ มีประสบการณ์ทางการเมือง เคยดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ทางสังคม เป็นผู้ที่ชาวบ้านคุ้นเคยและนับหน้าถือตา 2) ทักษะการสื่อสาร ประกอบไปด้วย 2.1) บุคลิกภาพดี เหมาะสม กระฉับกระเฉง มีความพร้อมในการทำงาน การพูดจาฉะฉานชัดถ้อยชัดคำ 2.2) ทักษะการเจรจา มีการปรับใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน 2.3) ทักษะการโน้มน้าวใจ พูดคุยอย่างเป็นกันเอง ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของผู้อื่น 3) มนุษยสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย 3.1) การเข้าใจผู้อื่น ความต้องการของประชาชน ใส่ใจที่จะเรียนรู้และเข้าใจในปัญหา 3.2) การเป็นผู้ฟังที่ดี เปิดรับความคิดเห็นและร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อประโยชน์ส่วนรวม สนับสนุนความคิดที่หลากหลาย 4) คุณธรรม ประกอบไปด้วย 4.1) ความซื่อตรงในการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ 4.2) มุ่งเน้นการเห็นแก่ประโยชน์



ส่วนรวม เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน 4.3) ยึดหลักประโยชน์และความคุ้มค่า ไม่ใช่จ่ายเกินความจำเป็น 5) อุดมการณ์ ประกอบไปด้วย 5.1) ความตั้งใจแน่วแน่ในการแก้ไขปัญหาของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริง ใส่ใจถึงปัญหาความเป็นอยู่ของประชาชน 5.2) ความเสมอภาคของประชาชน ให้ความสำคัญของทุกคนตามระบอบประชาธิปไตย เน้นความเท่าเทียมของสิทธิและเสรีภาพ 5.3) การทำให้ดีที่สุด มุ่งเน้นถึงเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงานอย่างตั้งใจ และ 6) ความมุ่งมั่น แน่วแน่ในการทำงานเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย ไม่หลีกเลี่ยงปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ และดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นดังนี้

“...คุณจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับเขา คุณจะให้ประชาชนยอมรับคุณ สิ่งหนึ่งที่คุณต้องทำเลยก็คือทำให้ประชาชนรู้ทุกอย่างในสิ่งที่คุณทำ...” (นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 1, 2566)

“...เราต้องรับฟังความคิดของประชาชน ต้องลงไปมีปฏิสัมพันธ์กับชาวบ้าน เราฟังมาแล้วก็มากำหนดเป็นนโยบายในการทำงาน แก้ไขปัญหาให้กับเขา...” (นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 2, 2566)

“...เป็นคนจริงจังทำงานจริงจัง ทำอะไรต้องให้สำเร็จ สู้ไม่ถอยกั๊ตไม่ปล่อย...” (นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 3, 2567)

2. การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า 1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ ประกอบด้วย 1.1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ใช้กลยุทธ์เนื้อหาของสาร ในด้านลักษณะของผู้ส่งสาร เช่น การอยู่ในตำแหน่งหลายสมัยทำให้มีความน่าเชื่อถือคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ 1.2) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร ใช้กลยุทธ์การบริหารงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก หรือการเน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ทำประโยชน์สูงสุดให้เกิดต่อส่วนรวม และใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม โดยเน้นความเข้าใจร่วมกันในการตัดสินใจ ส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารภายในองค์กร 1.3) ช่องทางในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ มีการใช้สื่อที่หลากหลายช่องทาง เช่น การประชุม การติดประกาศ หรือแม้แต่การใช้ช่องทางโซเชียล 2) กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสารที่กระตุ้นความสนใจของประชาชน และนำเสนอผลประโยชน์ที่จะได้ กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบริบท วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เช่นมีการจัดงาน กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น บริหารความคาดหวังของประชาชน กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ด้วยการลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำเสนอนโยบายของตน วางแผนการพบปะประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึง กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มความสามารถในการสื่อสารออกไป มีการจัดเตรียมทีมงานในการลงพื้นที่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความสนิทสนม และใช้งานเครือข่ายในการที่จะสื่อสารนโยบายออกไป 3) กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาร การเลือกเรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร เพื่อสื่อสารผลงานของตนให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลาย

“...ผมมีเพจอยู่นะ เพจเฟซบุ๊กเนอะ ก็จะใช้แจ้งข่าว แจ้งงานที่เราทำที่เราอยากจะบอกกับชาวบ้านเขา...” (นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 1, 2566)

“... แล้วก็ส่วนหนึ่งเนี่ยการประชาสัมพันธ์เนี่ยก็เป็นสิ่งสำคัญ...ส่วนหนึ่งก็มีจากทีมงานให้ช่วยไปบอกโครงการดี ๆ แบบนี้แล้วก็ก็เป็นประโยชน์กับประชาชน...” (นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 2, 2566)

“...ผมไม่เอาเลยนะแบบที่ต้องสร้างภาพนะ เราเน้นเลยลงพื้นที่ไปคุย ไปทุกวันหาชาวบ้าน ไม่ว่าจะมีคนใช้วิธีนี้ แล้วเขาเชื่อมั่นเรา...” (นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 3, 2567)

3. การศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า 1) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ เริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง จากนั้นจึงนำมาวางแผนและพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ ลดข้อด้อย และต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง ว่ามีความสนใจอะไร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม นำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และสุดท้ายจึงวัดผลในสิ่งที่สื่อสารออกไป 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร ประกอบด้วย 2.1) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง รับฟังความต้องการของประชาชน นำมากำหนดเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง จากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน เข้าใจในบริบทการเมืองของท้องถิ่น และเข้าใจในมุมมองกว้างระดับประเทศ และต่างประเทศ 2.2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง บริหาร ต้องทันยุคสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างเป็นรูปธรรม แต่ไม่ทิ้งเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เช่นการแจ้งกระบวนการในการดำเนินงานว่าถึงขั้นใดแล้ว ทำอะไรได้หรือไม่ได้ สำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมายการสื่อสาร ใช้ช่องทางที่เข้าถึงได้หลากหลาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมิน 3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย เนื้อหากำหนดจากปัญหา หรือความต้องการของประชาชนและสื่อสารให้เชื่อมโยงสอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน วิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมาย เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา 4) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน นำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านตัวกลาง หรือผู้ที่ได้รับประโยชน์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอในการสื่อสารผลงาน มีความต่อเนื่อง ประชาชนรับรู้และเห็นผลเป็นรูปธรรม เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน

“...สิ่งแรกที่เราควรทำคือการวิเคราะห์ผู้ฟัง ว่าผู้ฟังมีความต้องการอะไร สนใจอะไร และรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างไร ...เมื่อเข้าใจผู้ฟังแล้ว จึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสารว่าต้องการสื่ออะไรให้กับผู้ฟัง ต้องการสร้างภาพลักษณ์อย่างไร และต้องการผลลัพธ์อะไร...” (นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คนที่ 1, 2566)

“...นโยบายควรเป็นนโยบายที่มาจากความต้องการของประชาชน หรือจากปัญหาที่มีอยู่นำมาเป็นนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหา นั่นนโยบายควรเป็นนโยบายที่จับต้องได้และสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วเห็นผลที่จับต้องได้...” (นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คนที่ 2, 2566)

“...เลือกผลงานที่โดดเด่น เลือกผลงานที่ประชาชนรับรู้และเห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุดสื่อสารผลงานอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง...” (นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คนที่ 3, 2567)

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่าการมีประวัติการศึกษาที่ดี และมีทักษะในด้านการบริหารจัดการ เข้าใจเรื่องของกฎระเบียบของทางราชการ และการวางแผนงาน มีประสบการณ์ทางการเมือง และเคยช่วยงานพัฒนาท้องถิ่นและสังคมมาก่อน เป็นส่วนสำคัญของคุณลักษณะที่สื่อสารออกไปแล้วประชาชนเกิดการยอมรับ และนิยมในตัวนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Haime, A. et al. เรื่อง ประสบการณ์ของผู้สมัครและความสำเร็จในการเลือกตั้ง โดยทำการเก็บข้อมูลผู้สมัครรับเลือกตั้ง 7 ตำแหน่ง ในช่วงปี 1998 และ 2018 พบว่าประสบการณ์การเมืองก่อนหน้านั้น มีผลต่อความสำเร็จในการเลือกตั้งของผู้สมัครถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งก็ตาม เพราะจากการสร้างเครือข่าย และการได้เป็นที่มองเห็นจากประชาชน ดังนั้น ประสบการณ์การสมัครไม่เพียงแค่ประสบการณ์อยู่ในตำแหน่งที่เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะชนะการเลือกตั้ง ผู้ที่มีบุคลิกภาพดี ทำทางกระฉับกระเฉง การพูดจาฉะฉานชัด ถ้อยชัดคำ เข้าถึงง่าย และมีทักษะการเจรจา วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนและน่าสนใจ จะเป็นที่น่าสนใจของประชาชนในท้องถิ่น (Haime, A. et al., 2022) สอดคล้องกับแนวคิดของ Brown J. et al. ได้กล่าวว่า ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีหน้าที่ในหน่วยงานให้บริการสาธารณะจำเป็นต้องมีทักษะในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนเพื่อให้ความรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติ สร้างคุณภาพในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์งานปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่เข้าใจความต้องการของประชาชน ใส่ใจที่จะเรียนรู้และเข้าใจในปัญหา เปิดรับความคิดเห็นและร่วมมือกับผู้อื่นทั้งประชาชนและผู้ร่วมงาน ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนยังคงเชื่อมั่นและไว้วางใจในการเลือกให้เข้าสู่ตำแหน่ง (Brown J. et al., 2013) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย ยางสวย เรื่องการประเมินภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยประชาชนต้องการให้ผู้บริหารท้องถิ่นให้ความสำคัญกับประชาชนเท่าเทียมกัน ลงพื้นที่ใกล้ชิดประชาชนเพื่อรับทราบปัญหา และให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม สร้างให้เห็นภาพลักษณ์ความเป็นคนซื่อสัตย์ และซื่อตรงในการดำเนินงาน (ธงชัย ยางสวย, 2566) สอดคล้องงานวิจัยของ Valgarðsson, V. O., et al. เรื่อง นักการเมืองที่ดีและความไว้วางใจทางการเมือง: ช่องว่างที่แท้จริงในการเมืองอังกฤษ? โดยศึกษาจากกลุ่มประชาชน, นักการเมือง และนักข่าวในประเทศอังกฤษ เพื่อสำรวจว่ากลุ่มใดที่มีแนวโน้มที่จะคาดหวังให้นักการเมืองแสดงออกตามเกณฑ์คุณลักษณะไหนใน 3 เกณฑ์นี้ ความสามารถ, ความซื่อสัตย์, และความเป็นจริง พบว่าทุกกลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดกับเกณฑ์ความซื่อสัตย์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดต้องมีอุดมการณ์ ตั้งใจในการพัฒนาท้องถิ่น (Valgarðsson, V. O. et al., 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธ์ เกาทอง เรื่อง คุณลักษณะของนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ในเขตเทศบาลเมืองควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่สรุปว่าประชาชนมีความต้องการผู้นำที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประพฤติตนและปฏิบัติตนที่ดี และสำคัญที่สุดคือ มุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน และแน่วแน่ในการทำงานเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย (สุคนธ์ เกาทอง, 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญาพัชญ์ สรณวัชรเอกากุล เรื่อง คุณลักษณะผู้นำท้องถิ่นที่พึงประสงค์กับการบริหารการพัฒนาชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สรุปว่าผู้นำท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการเสียสละ เรื่องส่วนตัว ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม และจิตสาธารณะที่เข้มแข็งเพื่อรับใช้และตอบสนองความต้องการของชุมชน (ภิญญาพัชญ์ สรณวัชรเอกากุล, 2566)

2. ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า 1) กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์จะประกอบไปด้วย กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตำแหน่งได้ต้องประกอบด้วย กลยุทธ์เนื้อหาของสารในด้านลักษณะของผู้ส่งสาร โดยอาศัยประสบการณ์ในการทำงานอย่างยาวนานและผลงานที่ผ่านมาสร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันชนะ ชัยรุ่งเรือง เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ที่สรุปว่าประชาชนจะพิจารณาผลงานที่ผ่านมา นโยบายที่ได้เสนอให้แก่ประชาชนก่อนการเลือกตั้งและผู้ที่ให้ความช่วยเหลือทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่น มีประสบการณ์ในการทำงานและเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร ในการทำงานต้องใช้กลยุทธ์การบริหารงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก หรือการเน้นที่ตัวองค์กรเป็นสำคัญ ทำประโยชน์สูงสุดให้เกิดต่อส่วนรวม และใช้กลยุทธ์การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารภายในองค์กร ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถนำเสนอ แบ่งปันความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการช่วยคิดและตัดสินใจในดำเนินงาน

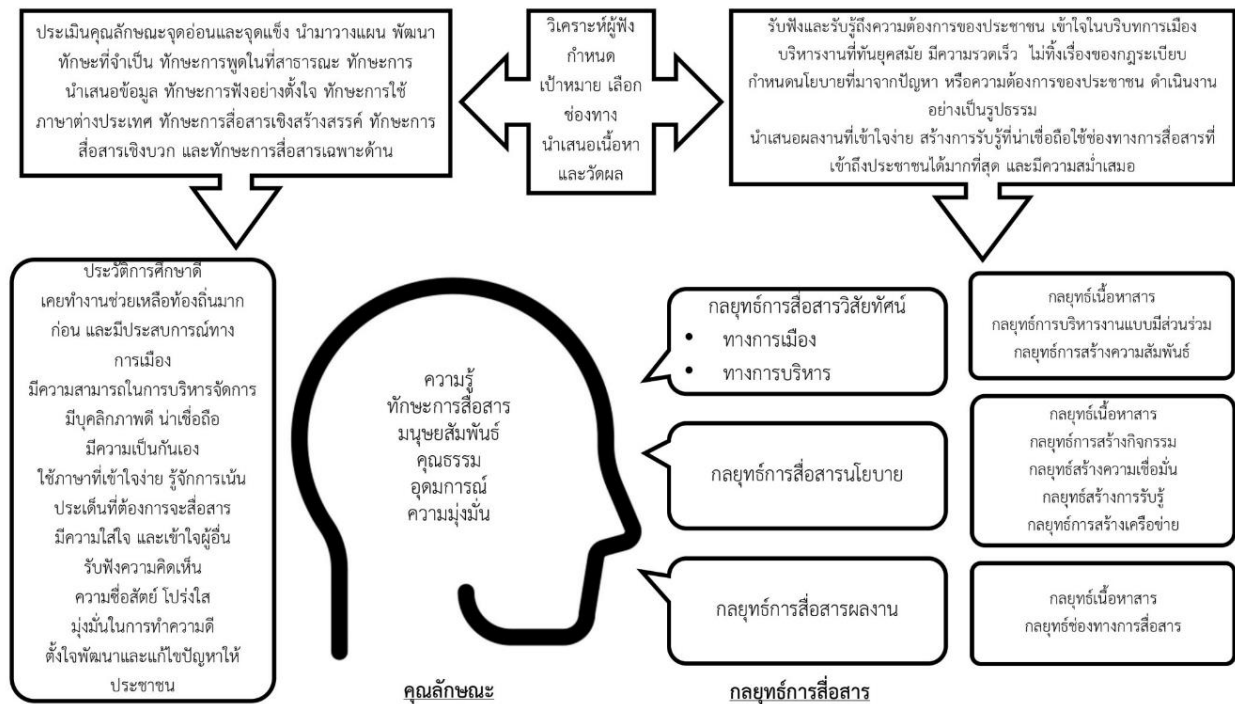
(วันชนะ ชัยรุ่งเรือง, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาภรณ์ ศรีทิน เรื่อง รูปแบบการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่สรุปว่าการคำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นหลักจะส่งผลโดยตรงต่อเทศบาลตำบลให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีความสามารถในการสร้างความไว้วางใจต่อองค์กรและปฏิบัติงาน โดยเน้นการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายให้ได้มากที่สุด (ประภาภรณ์ ศรีทิน, 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mardhiah, A. et al. เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของสมาชิกสภานิติบัญญัติหญิงชาวอาจะฮ์ในการส่งสารไปยังชุมชน ที่สรุปว่าช่องทางการสื่อสารที่ควรใช้คือใช้การสื่อสารมวลชน การสื่อสารแบบกลุ่ม และช่องทางโซเชียลซึ่งครอบคลุมเป้าหมายทั้งหมด 2) กลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย เน้นนโยบายที่เป็นปัญหาหลักหรือเป็นปัญหาใหญ่ในพื้นที่ เป็นการใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระที่กระตุ้นความสนใจของประชาชน ใช้กลยุทธ์การสร้างกิจกรรม สร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบท วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เพื่อสร้างให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่น สร้างการรับรู้ ด้วยการลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำเสนอเนื้อหาของตน (Mardhiah, A. et al., 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรภัทร์ ลอยวิรัตน์ เรื่อง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2556 ที่สรุปว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงด้วยการชูนโยบายการหาเสียงเลือกตั้ง นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร โดยให้ความสำคัญไปกับปัจจัยพื้นฐานที่ทุกคนให้ความสำคัญ (จีรภัทร์ ลอยวิรัตน์, 2562) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wagner, A. C. เรื่อง การหาคะแนนเสียงการเลือกตั้ง : กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งเทศบาลแคนาดา ที่สรุปว่าแม้ว่าจะมีอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์หาเสียงแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้งยังคงเชื่อมั่นในความสำเร็จของการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง (Wagner, A. C., 2015) 3) กลยุทธ์การสื่อสารผลงาน ใช้กลยุทธ์เนื้อหาสาระ การเลือกเรื่องหรือผลงานที่อยู่ในความสนใจของประชาชน นำมาสร้างเป็นเนื้อหาสาระที่มีความน่าสนใจ และกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสาร เพื่อสื่อสารผลงานของตนให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยใช้ช่องทางการสื่อสารหลายชนิด เพื่อการเข้าถึงได้ง่าย และโต้ตอบกับความคิดเห็นของประชาชนได้รวดเร็ว และการนำเนื้อหาผลงานพูดผนวกไปให้ประชาชนรับทราบเมื่อได้รับเชิญไปร่วมงานต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mukarom, Z. เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครระดับภูมิภาคอินโดนีเซีย ผู้นำมีแนวโน้มที่จะเลือกรูปแบบและช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อรับข้อมูลทางการเมือง รูปแบบการสื่อสารเชิงโต้ตอบผ่านโซเชียลมีเดีย สื่อกลางแจ้ง และสื่อมวลชน โดยใช้ช่องทางที่มีความหลากหลาย (Mukarom, Z., 2022)

3. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพบว่า 1) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะจะต้องมีการประเมินคุณลักษณะของตนเอง โดยเริ่มจากการประเมินจุดอ่อนและจุดแข็ง นำมาวางแผน เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม จากนั้นจึงพัฒนาคุณลักษณะของตนด้วยการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน นอกจากนั้นในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟังว่ามีความสนใจอะไร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม นำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และสุดท้ายจึงวัดผลในสิ่งที่สื่อสารออกไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสิต ท่อแก้ว เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ที่สรุปว่ากระบวนการประกอบไปด้วย ศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด การกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ในการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ การประเมินภาพลักษณ์ปัจจุบัน การปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ปัจจุบัน การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เป็นที่จดจำของกลุ่มการเมืองในพื้นที่ และกลุ่มภาคีเครือข่าย การปฏิบัติงานให้เกิดประทับใจอย่างยั่งยืน รวมทั้งการเป็นผู้นำองค์กรที่เป็นมืออาชีพ และเป็นผู้นำที่สุจริตเที่ยงธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ 2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง การรับฟังและรับรู้ถึง

ความต้องการของประชาชนก่อนเป็นแนวทางสำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง หลังจากนั้นจึงสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน นอกจากนี้จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองของท้องถิ่น และเข้าใจในมุมกว้างระดับประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงในการสื่อสารต้องวิเคราะห์ผู้ฟัง แล้วจึงกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกช่องทาง และนำเสนอเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และวัดผล (นิสิต ท่อแก้ว, 2565) สอดคล้องกับ Stoyanov, R. กล่าวว่า ขั้นตอนหลักในการสร้างและดำเนินการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการเมือง ประกอบไปด้วย การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองโดยเลือกทิศทางที่จะพัฒนาไปเป็นหลังจากการประเมินตนเอง สร้างประวัติ วางตำแหน่ง เพื่อให้เกิดการจดจำไว้ในใจของผู้เลือก การปรับปรุงเพื่อให้ภาพลักษณ์แตกต่างไปจากผู้สมัครคนอื่น ๆ ทั้งเรื่องของการเคลื่อนไหวที่เป็นเอกลักษณ์, การพูด, การแสดงออกทางสีหน้า, การสื่อสารทางอวัจนภาษา และรักษาภาพลักษณ์ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการแข่งขัน ตรงกับความต้องการของสถานการณ์ทางการเมือง และเป็นที่ต้องการของประชาชน (Stoyanov, R., 2023) 3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมืองบริหารนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดต้องมีการบริหารงานที่ทันสมัย มีความรวดเร็วในการดำเนินการ และมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสื่อสารไปให้ประชาชนรับรู้ได้ถึงความเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม และไม่ทิ้งเรื่องของกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ว่าการบริหารงานอยู่ในขั้นตอน หรือกระบวนการใด ใช้เวลาอีกนานหรือไม่ โดยสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เพื่อวิเคราะห์ผู้ฟัง กำหนดเป้าหมายการสื่อสาร เลือกใช้ช่องทางที่เข้าถึงผู้ฟังได้หลากหลาย ใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา และประเมินว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่ สอดคล้องกับ Kotter, J. P. ที่กล่าวว่า การสื่อสารวิสัยทัศน์ มีความสำคัญมากสำหรับนักบริหารระดับสูงในยุคใหม่ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงภาพอนาคตขององค์กร โดยสมรรถนะ 3 ประการ ที่ผู้นำทั้งภาครัฐและเอกชนในยุคศตวรรษที่ 21 จะต้องได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์ วาทกรรม และคุณภาพของการสื่อสารวิสัยทัศน์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับผู้บริหารระดับรอง และพนักงานอื่น ๆ ทั้งหมดในองค์กร (Kotter, J. P., 1996) 4) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบาย เลือกกำหนดนโยบายที่มาจากปัญหาหรือความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานตามนโยบายที่เห็นได้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ต้องมีการประเมินผลการสื่อสาร โดยอาจกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ หรือกำหนดเป้าหมายเชิงคุณภาพ นอกจากนี้ควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายของตนให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนเข้าใจนโยบายและสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัครได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณี ศรีสมุทร และคณะ ที่สรุปว่า ผู้นำการเมืองท้องถิ่นต้องกำหนดจุดยืนทางการเมือง แต่ละทีมมีจุดยืนทางการเมืองแตกต่างกัน ด้วยภูมิหลังด้านความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานการพัฒนาท้องถิ่น เข้าใจปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของประชาชนในท้องถิ่น สร้างสโลแกนที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงกำหนดสารด้านความรู้ ประสบการณ์ และวิสัยทัศน์การพัฒนาท้องถิ่นของผู้นำการเมืองท้องถิ่นในรูปแบบ ถ้อยความ ถ้อยคำ ด้วยข้อความที่สั้น กระชับ โดดเด่น และง่ายต่อการจดจำ 5) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน การเลือกนำเสนอผลงานที่เข้าใจง่ายผ่านตัวกลางหรือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลงานนั้น สามารถสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือได้ ควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด และมีความสม่ำเสมอในการสื่อสารผลงานออกไป โดยเลือกนำเสนอจากผลงานที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด นำเสนอผลงานให้เห็นภาพ อาจใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิก ประกอบเนื้อหา ให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย เน้นย้ำประโยชน์ต่อประชาชน สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน เช่น ปัญหาและความต้องการของประชาชน (มณี ศรีสมุทร และคณะ, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ ที่สรุปว่า ในเรื่อง สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา ที่สรุปว่าปัจจัยที่เสริมสร้างสมรรถนะการสื่อสารที่สำคัญประการหนึ่งในการระดมการพัฒนาของผู้นำเพื่อการพัฒนา คือการสื่อสารด้วยการกระทำ เป็นการสื่อสารด้วยการทำให้เห็นเป็นแบบอย่าง ผู้นำชุมชน มีการร่วมกิจกรรมและลงมือปฏิบัติงานในการสร้างผลงานร่วมกับประชาชนในชุมชน และเน้นการ สร้างผลงานเชิงประจักษ์ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่กล่าวว่า มนุษย์เรา

ติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งที่งุนใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและเนื้อหา อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง และเลือกรับสารตามความต้องการ (อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2547)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 สรุปองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด จะต้องประกอบไปด้วยแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะ ประเมินตนเองและวางแผนพัฒนาคุณลักษณะเพื่อให้เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของประชาชน แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง ต้องใส่ใจรับฟังและรับรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชน จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็นเนื้อหาของวิสัยทัศน์ทางการเมือง และสื่อสารออกไปอย่างชัดเจน จะต้องเข้าใจในบริบทการเมืองตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับนานาชาติ ทั้งนี้ต้องเริ่มจากการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของตนเองก่อนแล้วจึงพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเป็นผู้ที่ประชาชนถูกใจ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายจะต้องเลือกกำหนดนโยบายที่มาจากความต้องการของประชาชน และสื่อสารการดำเนินงานออกไปอย่างเป็นรูปธรรม และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผลงาน เลือกนำเสนอผลงานที่มีความน่าเชื่อถือ เห็นผลได้ชัดเจนโดยสื่อสารผ่านผู้ที่ได้รับประโยชน์ หรือผ่านช่องทางที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เน้นประโยชน์ต่อประชาชน และต้องทำการวัดผล และพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



สรุปและข้อเสนอแนะ

การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นั้น เป็นกุญแจสำคัญในการส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตยให้ผู้ที่มีความสนใจสามารถเข้าสู่การเมือง และเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาและแก้ปัญหาในท้องถิ่น เนื่องจากตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นผู้ที่มีอำนาจในการบริหารงาน และประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย แต่ก็เป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับประชาชนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงบุคลิกลักษณะที่เป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป อันประกอบด้วย การเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ รู้จักวางแผน เข้าใจเรื่องกฎระเบียบ มีประสบการณ์ทางการเมือง บุคลิกภาพดี พูดจาชัดเจน น่าเชื่อถือ เป็นผู้รับฟังที่ดี มีความมุ่งมั่น ชี้อตรง โปร่งใส เพื่อให้เกิดความไว้วางใจก่อน จากนั้นจึงจะมีการวางกลยุทธ์การสื่อสารที่ถูกต้อง กล่าวคือ จะต้องมีการวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารที่เหมาะสม ประกอบไปด้วย การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการเมือง การสื่อสารวิสัยทัศน์ทางการบริหาร โดยใช้สื่อที่หลากหลายช่องทาง การสื่อสารนโยบายใช้กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาสาระที่กระตุ้นความสนใจของประชาชน การสร้างเครือข่าย ใช้สื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทของคนในพื้นที่ รวมไปถึงการสื่อสารผลงาน โดยใช้กลยุทธ์สร้างเนื้อหาสาระที่อยู่ในความสนใจของประชาชน และใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และที่ขาดไม่ได้คือการพัฒนาคุณลักษณะด้วยการประเมินตนเองเพื่อวางแผน พัฒนาทักษะด้านการพูด การวิเคราะห์ผู้ฟัง และกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร การเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม รู้จักคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนออย่างเหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร จากผลการวิจัยนี้สามารถนำไปออกแบบเพื่อประยุกต์ใช้ในการสื่อสารลงสมัครรับเลือกตั้ง หรือวางแผนในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมในแต่บริบทของพื้นที่ได้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 1) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเพียงอย่างเดียว ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณควบคู่ไปกับเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น 2) ควรทำการศึกษาการสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของผู้บริหารในระดับอื่น ๆ ของประเทศไทย เช่น การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ธงชัย ยางสวย. (2566). การประเมินภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 10(1), 72-84.
- ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ และพรพิมล สงกระสัน. (2564). กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์. (2562). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัดมุกดาหาร: ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2556. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์, 7(4), 1084-1097.
- นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คนที่ 1. (16 ธ.ค. 2566). การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด. (กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม, ผู้สัมภาษณ์)
- นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คนที่ 2. (11 ธ.ค. 2566). การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด. (กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม, ผู้สัมภาษณ์)
- นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง คนที่ 3. (23 มี.ค. 2567). การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด. ((กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม, ผู้สัมภาษณ์)
- นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 1. (7 ธ.ค. 2566). การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหาร ส่วนจังหวัด. (กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม, ผู้สัมภาษณ์)

- นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 2. (18 พ.ย. 2566). การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. (กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม, ผู้สัมภาษณ์)
- นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด คนที่ 3. (7 ก.พ. 2567). การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. (กานต์ศุภณัฐ สุวรรณนิคม, ผู้สัมภาษณ์)
- นิสิต ท่อแก้ว. (2565). การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสาร สำหรับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด. วารสารศิลปศาสตรราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 4(3), 412-485.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). เช็กผลเลือกตั้ง “นายก อบจ.” 76 จังหวัด คะแนนอย่างไม่เป็นทางการ. เรียกใช้เมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.prachachat.net/politics/news-578077>
- ประภาภรณ์ ศรีทิน. (2562). รูปแบบการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของเทศบาลตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ใน ดุษฎีนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ภิญญาพัชญ์ สรณวัชรเอกกุล. (2566). คุณลักษณะผู้นำท้องถิ่นที่พึงประสงค์กับการบริหารการพัฒนาชุมชน ใน จังหวัดเชียงใหม่. ใน วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสาธารณะ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มณี ศรีสมุทร และคณะ. (2566). การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12(1), 208-217.
- รัตติกาล แก้วเกิดมี. (2562). กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกอิรักซ์ โกชะโยธิน: ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2547-2551. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง. วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- วันชนะ ชัยรุ่งเรือง. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 3(3), 581-592.
- สุคนธ์ เถาทอง. (2562). คุณลักษณะของนายกเทศมนตรีที่พึงประสงค์ในเขตเทศบาลเมืองควนลัง อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ (การปกครองท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2547). สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม.
- อลงกรณ์ อรรคแสง. (2547). หมวดที่ 3 พัฒนาการและรูปแบบการปกครองท้องถิ่นไทย ลำดับที่ 2 องค์การบริหารส่วนจังหวัด. ใน สารานุกรมการปกครองท้องถิ่นไทย (หน้า 53-55). นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- Brown J. et al. (2013). PR and Communication in Local Government and Public Services. United Kingdom: Kogan Page Limited.
- Haime, A. et al. (2022). Candidate experience and electoral success. Latin American Research Review, 57(1), 170-187.
- Kotter, J. P. (1996). Leading Change. Boston: Harvard Business School.
- Mardhiah, A. et al. (2021). Political Communication Channels of the Aceh Woman Legislative Member in Conveying Information to the Community. Retrieved June 2, 2024, from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85104771778&partnerID=40&md5=005a50e6ce852d38cdf22d303721568f>

- Mukarom, Z. (2022). Political communication strategies to increase the opportunity of women's political representation in Indonesian parliament. *Journal of International Women's Studies*, 23(1), 1-14.
- Stoyanov, R. (2023). The Political Image Making. Retrieved May 21, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/375765487_The_Political_Image_Making
- Valgarðsson, V. O. et al. (2021). The Good Politician and Political Trust: An Authenticity Gap in British Politics? *Political Studies*, 69(4), 858-880.
- Wagner, A. C. (2015). The Pursuit of Electoral Visibility: The Political Communication Strategies of Canadian Municipal Candidates. Retrieved July 10, 2024, from <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Pursuit-of-Electoral-Visibility%3A-The-Political-Wagner/d2f2d0803baceb4167a405cc4ecf61015f90d352>