

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง และการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง แนวคิดเกี่ยวกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่พิจารณาแล้วเห็นว่ามีเหมาะสมและสอดคล้องที่จะนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและองค์ประกอบของการสื่อสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
3. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการเมือง
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง
5. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง
7. แนวคิดเกี่ยวกับระบบการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและองค์ประกอบการสื่อสาร

1.1 ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร นักวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารได้ให้แนวคิดและความหมายของการสื่อสาร ไว้ ดังนี้

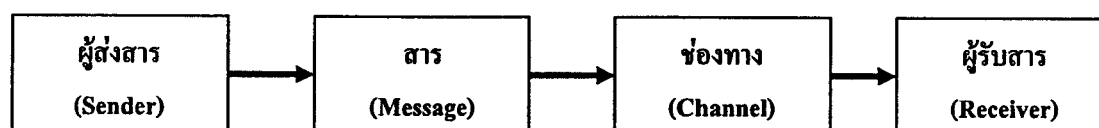
สวณิต ขมาภัย (2536: 18) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการนำเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น หรือความรู้สึก โดยอาศัยเครื่องนำไปโดยวิธีใดวิธีหนึ่งให้ไปถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการ จนทำให้เกิดการกำหนดรู้ความหมายแห่งเรื่องราวเหล่านั้นร่วมกันได้

ปรมะ สตะเวทิน (2537: 7) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2546: 159) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง

จากนิยามและการให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” ของนักวิชาการจะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสาร จากความหมายของนักวิชาการที่กล่าวถึงนี้ ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อระหว่างกัน เพื่อให้ฝ่ายหนึ่งรับรู้ความหมายของอีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีการสร้างและแสดงความหมายในรูปของเนื้อหาที่เป็นสัญลักษณ์และอากัปกริยาแล้วส่งผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบไปยังผู้รับสารต่าง ๆ

1.2 องค์ประกอบการสื่อสาร องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยผู้ส่งสาร (Source or Sender) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver)



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารพื้นฐานของเบอร์โล Berlo (1960:40-71)

1. ผู้ส่งสาร (Sender) คือ ผู้ที่เริ่มต้นการสื่อสาร (เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังผู้อื่น) ในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ นั้น ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เข้ารหัส (Encoding) ซึ่งเป็นการแปรสารให้อยู่ใน

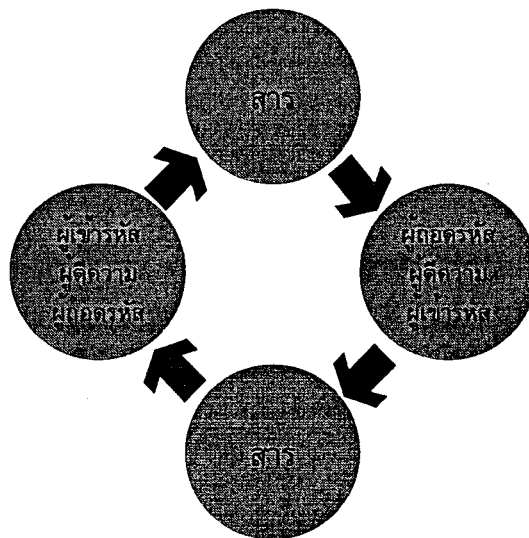
รูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษา คือภาษาพูด ภาษาเขียน (วจนภาษา) และ อากัปกิริยาท่าทางต่างๆ (อวัจนภาษา) ในกระบวนการสื่อสารผู้ส่งสาร อาจจะเป็น บุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร หรือสถาบันก็ได้

2. สาร (Message) คือ เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารโดยทั่วไปประกอบไปด้วย ปัจจัยย่อย 3 ประการที่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร คือ รหัสของสาร (Message codes) เนื้อหาของสาร (Message content) และการจัดสาร (Message treatment)

3. สื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) ในการสื่อสารใดๆ ก็ตาม ผู้ส่งสารย่อม ต้องอาศัยช่องทางหรือสื่อ ให้ทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วสารที่ถูกผู้ส่งสาร ถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร จะเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์โดยผ่านประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่ง หรือหลายทาง ได้แก่ การได้เห็นทางประสาทตา การได้ยินทางประสาทหู การได้กลิ่นทางประสาท จมูก การสัมผัสทางประสาทกาย และการลิ้มรสทางประสาทลิ้น

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการ สื่อสาร และเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร โดยเป็นผู้รับข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมาให้โดยผ่าน ทางสื่อหรือช่องทาง ผู้รับสารจึงเป็นผู้ที่ผู้ส่งสารพยายามที่จะสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจ ตามที่ผู้ส่งสารประสงค์หรือปรารถนา

วิลเบอร์ แชมม์ และ ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Wilbur Schramm and Osgood Model, 1960:66) ได้เพิ่มเติม ปฏิกริยาตอบกลับ (feedback) เข้าไป เพราะมองว่าการสื่อสารนั้นเป็นกิจกรรม ที่เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร จึงเกิดการ ส่งไปและตอบกลับระหว่างคู่สื่อสาร ลักษณะของแบบจำลองจึงเปลี่ยนจากเส้นตรงมาเป็นแบบจำลองแบบวงกลม (circle model) หรือ แบบจำลองเชิงปฏิสัมพันธ์ (interactive model)

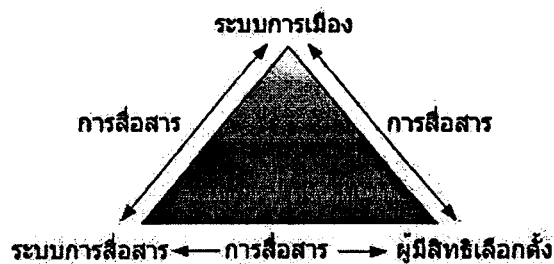


ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสาร

ที่มา : วิลเบอร์ แชรรม์ และชาร์ลส์ อี ออสกูส Schramm (1960:66)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง ได้มีแนวคิดหลักมาจากลักษณะทางการเมืองของประเทศสหรัฐอเมริกา ในสหรัฐอเมริกา การสื่อสารทางการเมืองไม่ได้เป็นเรื่องตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับประเด็นทางการเมือง ระบบการสื่อสาร ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และอื่น ๆ โดยแบบจำลองกระบวนการสื่อสารทางการเมืองเป็นรูปสามเหลี่ยม ที่มุมแต่ละมุมแทนระบบการเมือง ระบบการสื่อสาร และผู้มีสิทธิเลือกตั้ง แต่ละด้านของสามเหลี่ยม ตามเส้นหรือลูกศรของการสื่อสาร เนื้อหาของสารจะไหลไปมาทั้งสองทิศทางของแต่ละด้านของสามเหลี่ยม แต่ละมุมของสามเหลี่ยมเป็นเส้นทางโดยอ้อม ที่มีการสื่อสารระหว่างอีกสองมุมอาจไหลผ่านปฏิกิริยาสัมพันธ์โดยทางอ้อม ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนที่สุดเมื่อสื่อในการสื่อสารคั่นอยู่ตรงกลางระหว่างระบบการเมือง และผู้มีสิทธิเลือกตั้ง



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา

ที่มา : สเตียร์ เชยประทับ (2540)

สเตียร์ เชยประทับ (2540) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแบบจำลองที่เชื่อมโยงระหว่างระบบการเมือง ระบบการสื่อสาร และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เข้าด้วยกันนี้สามารถเกิดขึ้นและเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ โดยสื่อมวลชนในสหรัฐอเมริกามีรูปลักษณะอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเพราะสามารถทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารทางการเมือง ในระบบประชาธิปไตยที่มีการเลือกตั้ง โดยปราศจากระบบการสื่อสารแบบอิสราฟนิคม เช่น การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ จำเป็นต้องมีข่าวสารทางการเมือง (ในอเมริกาข่าวสารทางการเมืองมีมากถึงประมาณร้อยละ 40 ของเนื้อหาของหนังสือพิมพ์) ซึ่งจำเป็นต้องมีผู้ฟัง ผู้ชมหรือผู้อ่าน โดยประกอบด้วยประชาชนจำนวนมากที่มีความต้องการติดตามข่าวสารข้อมูล และมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ปฏิกริยาสัมพันธ์ระหว่างระบบการเมือง ระบบการสื่อสาร และประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงจะเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาเช่นกัน

ดังนั้นกระบวนการสื่อสาร ที่เป็นกระบวนการถ่ายทอดสารระหว่างมนุษย์ตามองค์ประกอบของการสื่อสารขั้นพื้นฐาน ดังกล่าว ได้มีบทบาทในการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในระบบการเมือง เพราะระบบการเมืองก็ต้องมีการสื่อสารไปสู่ประชาชนไม่ว่าจะด้วยจุดประสงค์ใดๆก็ตาม จากแนวคิดทางการสื่อสารทางการเมืองจะเห็นว่า ทั้งสามองค์ประกอบ ล้วนแล้วแต่ยึดโยงอยู่ด้วยกันตามกฎหมายและระบอบของสังคม โดยส่งผลทำให้เกิดการทำความเข้าใจระหว่าง ระบบการเมือง และประชาชน ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งการสื่อสารที่เป็นระบบการเมือง จะต้องสื่อสารต่อประชาชนด้วยตนเองโดยตรง หรือการสื่อสารที่ต้องมีระบบของการสื่อสารโดยอ้อม (เช่นการสื่อสารมวลชน) ระบบการเมือง ระบบการสื่อสาร และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จึงไม่สามารถแยกออกจากกันได้ พรรคการเมือง นักการเมือง รัฐบาล หรือฝ่ายค้าน ซึ่งเป็นตัวแทนในการเข้าไปทำงานเพื่อประชาชน จะทำสิ่งใดๆ ก็แล้วแต่ต้องบอกประชาชนว่าตนเองกำลังทำอะไรอยู่ทำอะไรให้ประชาชนโดยวิธีการอย่างไร หรือต้องการให้ประชาชนช่วยเหลือสนับสนุนอย่างไร ไม่ที่จะเป็นการลงคะแนนสนับสนุน หรือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ อันที่เป็นการสนับสนุนนโยบายทั้งของรัฐและพรรคการเมือง ประชาชนเองก็ต้องการบอกถึงความต้องการของตนเองให้นักการเมืองทราบเช่นกัน ว่าชอบหรือต้องการอะไร ไม่ชอบหรือไม่ต้องการอะไร อยากให้แก้ปัญหาอย่างไร หรือแม้แต่การสะท้อนการทำงานของรัฐบาล พรรคการเมือง และนักการเมือง ว่าทำดีถูกต้องเหมาะสมต่ออำนาจหน้าที่ที่มอบหมายให้ไปหรือไม่ ทั้งหมดทั้งสิ้นนั้นล้วนแต่เป็นกระบวนการสื่อสาร โดยจะเห็นได้ว่ากระบวนการสื่อสารในระบบการเมืองระหว่าง รัฐบาล นักการเมือง พรรคการเมือง กับประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งนั้น เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตรอยู่ตลอดเวลาตามแต่สถานการณ์นั้น ๆ

จากแนวคิดการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่กล่าวข้างต้น งานการเมืองเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ต้องดำเนินการสื่อสารกับประชาชน กระบวนการทางการเมืองจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร การโน้มน้าวใจ หรือด้วยจุดประสงค์ใดก็ตาม ซึ่งเป็นการดำเนินการในกลุ่มคนจำนวนมากตามลักษณะของสังคม ในการสื่อสารกับคนจำนวนมากนั้นจำเป็นต้องทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในลักษณะที่เรียกว่า การสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ ทั้งนี้ไม่ว่าพรรคการเมือง หรือสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือองค์การอิสระอื่นใดก็ตาม ต่างก็เป็นองค์การทางการเมืองที่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับชาติไม่มากก็น้อย องค์การเหล่านั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองทั้งนั้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการเมือง

ภาพลักษณ์ทางการเมือง หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ หรือ ความประทับใจ หรือความนิยม หรือ ความเชื่อถือที่ผู้รับสารคือประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องทางการเมืองทั่วไปมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งหมายถึงสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม และให้ความร่วมมือทางการเมืองอย่างต่อเนื่องต่อไป

สำหรับการศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้วิจัยจะทำการศึกษามององค์ประกอบดังนี้

1. การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง
2. การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง
3. การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากแนวคิดทฤษฎีของภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ดังได้กล่าวแล้วนั้น ขั้นตอนแรกที่สำคัญคือ การวางแผนการสื่อสาร หมายถึง การกำหนดวิธีการดำเนินงานล่วงหน้า โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ การประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสาร การกำหนดสื่อ การกำหนดงบประมาณ และการกำหนด

วิธีการติดตามประเมินผล โดยคำนึงถึงเป้าหมายและภารกิจตามวัตถุประสงค์ในการสร้าง
ภาพลักษณ์ โดยมีองค์ประกอบดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ขององค์การและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่ง
ออกเป็นการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ภายในองค์การ คือการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ของ
องค์การเพื่อพิจารณาว่าสิ่งที่ดีขององค์การนั้นมีอะไรบ้าง เช่น วัตถุประสงค์ นโยบายและภารกิจที่
องค์การได้รับมอบหมาย ชื่อเสียงที่ดีของผู้บริหารองค์การ ความชำนาญงานของผู้ปฏิบัติงาน
ภาพลักษณ์ขององค์การ และการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ขององค์การหมายถึง วิเคราะห์
ส่วนที่ไม่ดีขององค์การเมื่อเปรียบเทียบกับองค์การอื่น ๆ หรือเมื่อเปรียบเทียบกับภารกิจที่ได้รับ
มอบหมาย เช่น ความเป็นองค์การทางการเมืองที่เพิ่งตั้งขึ้นใหม่และประชาชนขาดความเข้าใจที่ดีต่อ
องค์การในขณะนั้น นโยบายขององค์การที่ไม่ชัดเจน จุดเด่นขององค์การทางการเมืองอื่น ๆ
นโยบายที่ผิดพลาด การขาดเทคโนโลยีที่เหมาะสม เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์ประเมิน
สถานการณ์ภายนอกองค์การ ได้แก่การวิเคราะห์ภาวะคุกคามที่เป็นอุปสรรค (Threats) หมายถึง
การประเมินปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานตามภารกิจและองค์การไม่สามารถ
ควบคุมได้ เช่น สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ดี สภาวะทางสังคมที่วุ่นวาย การขาดความเชื่อมั่นของ
ประชาชนต่อการบริหารงานของรัฐบาล มีองค์การคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น และการวิเคราะห์โอกาส
(Opportunities) เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกที่องค์การ ไม่สามารถควบคุมได้ แต่สภาพ
นั้น ๆ เป็นโอกาสหรือสนับสนุนภารกิจหรือเป้าหมายขององค์การได้ เช่น จุดอ่อนขององค์การทาง
การเมืองอื่น ๆ เทคโนโลยีทันสมัย ความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อองค์การ เป็นต้น

4.2 การกำหนดวัตถุประสงค์

โดยทั่วไป วัตถุประสงค์ของการวางแผน เพื่อเป็นการเตรียมการป้องกันการ
เสียหาย เป็นแนวทางในการควบคุมการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมวิธีการ
เผชิญปัญหาอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ตลอดจนเพื่อใช้เป็นหลักหรือแนวทางในการ
ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ยังได้เน้นถึงสิ่งเหล่านี้คือ (จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 2534: 32-33)

4.2.1 วัตถุประสงค์ที่เน้นถึงผลกระทบ (Impact objectives)

1) วัตถุประสงค์เชิงข่าวสาร (Informational objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่
แสดงความต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือได้รับความรู้ ดังนั้น จึงกำหนดถึง
การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจ และหรือความจดจำข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ลักษณะของ
วัตถุประสงค์เชิงข่าวสารอาจกำหนดได้ เช่น เพิ่มการรับรู้ในเรื่องโครงการสาธารณสุขเพื่อปวงชน
ให้แก่ประชาชนในเขตเมืองเป็นจำนวนร้อยละ 80 ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนแรกของการรณรงค์
โครงการสาธารณสุขเพื่อปวงชน เป็นต้น

2) วัตถุประสงค์เชิงทัศนคติ (Attitudinal objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย องค์การกำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นการสร้างทัศนคติที่ดีเมื่อกลุ่มเป้าหมายยังขาดทัศนคติที่ดีกับองค์การ กำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นการส่งเสริมทัศนคติที่ดีเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีกับองค์การในระดับอ่อน และจะกำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติเชิงลบกับองค์การ เป็นต้น

3) วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่องค์การคาดหวังจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น การกระตุ้นพฤติกรรมที่คาดหวัง การเสริมสร้างพฤติกรรมที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นต้น

4.2.2 วัตถุประสงค์ที่เน้นผลลัพธ์ (Output objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่มีความชัดเจน มีความเฉพาะเจาะจง และสามารถนับเป็นจำนวนได้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการดูผลลัพธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนและทางสื่อที่ควบคุมได้ อาทิ สื่อแผ่นพับ สื่อโปสเตอร์ หรือผลการเข้าชมกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ เช่น การเจอนับจำนวนข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ออกอากาศทางโทรทัศน์ จำนวนครั้งของการปราศรัย จำนวนผู้เข้าชมนิทรรศการ เป็นต้น

4.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นการกำหนดผู้รับสารที่องค์การต้องการนั่นเอง เพื่อให้การสื่อสารจากองค์การเกิดผลสัมฤทธิ์ กลุ่มเป้าหมายในแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์การทางการเมืองจำเป็นต้องกำหนดให้ชัดเจน กลุ่มเป้าหมายทางการเมืองประชาสัมพันธ์สามารถที่จะแบ่งออกเป็น กลุ่มเป้าหมายภายในองค์การ ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์การ รวมทั้งสมาชิกขององค์การ และกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์การ ได้แก่ สื่อมวลชน รัฐบาล องค์การภาครัฐ องค์การภาคเอกชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป เป็นต้น

เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทางการเมืองมีประสิทธิภาพสูง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายมีขั้นตอนสำคัญดังนี้ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มพนักงาน หรือกลุ่มสื่อหนังสือพิมพ์ กลุ่มสื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ เป็นต้น และการจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย ว่ากลุ่มใดมีความสำคัญต่อองค์การเป็นลำดับแรกหรือลำดับต้น ๆ นั้นเอง รวมทั้งการศึกษาลักษณะทางกายภาพและความต้องการของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ว่ามีลักษณะทางกายภาพอย่างไร มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากองค์การมากน้อยเพียงใด อย่างไร ทัศนคติและภาพลักษณ์ขององค์การในสายตาของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร

4.4 การกำหนดสาร

สาร คือ เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารโดยทั่วไปประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย 3 ประการที่มีความสำคัญต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร คือ รหัสของสาร (Message Codes) เนื้อหาของสาร (Message Content) และการจัดสาร (Message Treatment) เช่น นโยบาย เนื้อหา ทั้งข้อความ ภาพ เสียง สัญลักษณ์ และการกระทำต่างๆ เป็นต้น

ข่าวสารเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ถึงกับมีคำพังเพยเปรียบเทียบกับว่า “ข่าวสารคืออำนาจ หรือ ความรู้คืออำนาจ” ที่จะเสริมศักยภาพแก่นุชนัยในการดำรงอยู่ ในการตัดสินใจและในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในสังคม โดยรูปแบบในการกำหนดวาระข่าวสาร ต้องพิจารณาถึงแหล่งที่มาของวาระข่าวสาร ผู้กำหนดวาระข่าวสาร ระดับของวาระข่าวสาร บทบาทผู้รับสาร และวาระข่าวสารกับความเป็นจริง เป็นต้น

4.5 การกำหนดสื่อและกิจกรรม

การกำหนดหรือการเลือกใช้สื่อมีความสำคัญต่อการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองเพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่งต้องคำนึงถึงความครอบคลุมและความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท นอกจากนี้ต้องพิจารณาถึงประเภทของกิจกรรมและรูปแบบเนื้อหาข่าวสารที่เหมาะสมและมีคุณภาพ รวมทั้งการกำหนดระยะเวลาและงบประมาณในการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบหลักคือ การกำหนดหัวข้อหลัก (Theme) การกำหนดกิจกรรมหลัก (Central action or special event) การกำหนดสื่อในการประชาสัมพันธ์ (Media) เช่น สื่อที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrolled media) และสื่อที่องค์กรสามารถควบคุมได้ (Controlled media) รวมถึงการสร้างประสิทธิผลการสื่อสาร (Effectively communicating the program) เป็นต้น

4.6 การกำหนดงบประมาณ

การกำหนดงบประมาณมีความสำคัญเพื่อให้ผู้บริหารงานทราบว่าโครงการแต่ละโครงการมีประมาณการรายจ่ายเป็นเงินมากหรือน้อยอย่างไร และสามารถวางแผนการสนับสนุนงบประมาณสำหรับโครงการต่าง ๆ เป็นการล่วงหน้า นอกจากนี้ยังสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในกรอบที่ตั้งไว้ รวมถึงการใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และมีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์นั้น ๆ

4.7 การกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2529) อธิบายความหมายของการติดตามและประเมินผลว่า หมายถึง “กระบวนการที่มุ่งแสวงหาคำตอบจากคำถามที่ว่า นโยบาย แผนงาน โครงการ บรรลุ

วัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ตั้งแต่ต้นหรือไม่ ระดับใด” โดยวิธีการติดตามประเมินผล มีลักษณะที่สำคัญดังนี้

4.7.1 การประเมินผลขณะโครงการดำเนินอยู่ (formative evaluation)

1) การประเมินวัตถุประสงค์เชิงข่าวสาร เป็นการประเมินถึงการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมาย การเข้าใจในสารของกลุ่มเป้าหมาย และความสามารถจดจำสาระที่สื่อสารไปของกลุ่มเป้าหมาย โดยการสำรวจ

2) การประเมินวัตถุประสงค์เชิงทัศนคติ เป็นการประเมินว่าทัศนคติที่องค์การต้องการสร้างให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มเป้าหมายนั้นเกิดขึ้นหรือไม่ หรือเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ประการใด

3) การประเมินวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม เป็นการประเมินว่าขณะที่กำลังดำเนินการ หรือเมื่อโครงการได้ดำเนินเสร็จสิ้นแล้วนั้น กลุ่มเป้าหมายแสดงพฤติกรรมตามที่องค์การพึงประสงค์หรือไม่

4.7.2 การประเมินผลลัพท์เมื่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสร็จสิ้น (Summative evaluation) เป็นการประเมินผลสำเร็จของแผนงานในเชิงปริมาณว่าประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ เพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง เพื่อจะประเมินว่าแผนงานเหล่านั้นควรที่จะดำเนินต่อไปหรือต้องปรับปรุงแผนเพิ่มเติม หรือระงับแผนงานนั้น ๆ

โดยสรุปในการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองนั้น ผู้วางแผนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายขององค์การ สภาพปัญหา และพื้นฐานภูมิหลังขององค์การเป็นอย่างดี รวมถึงสามารถที่จะคาดการณ์หรือประเมินสถานการณ์ที่จะตามมาโดยการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมืองและสังคม รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ นอกจากนี้จะต้องมีความเข้าใจในการกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย สารและการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม ประกอบกับการจัดทำงบประมาณและการประเมินผลตามแผนงานที่ตั้งไว้

5. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

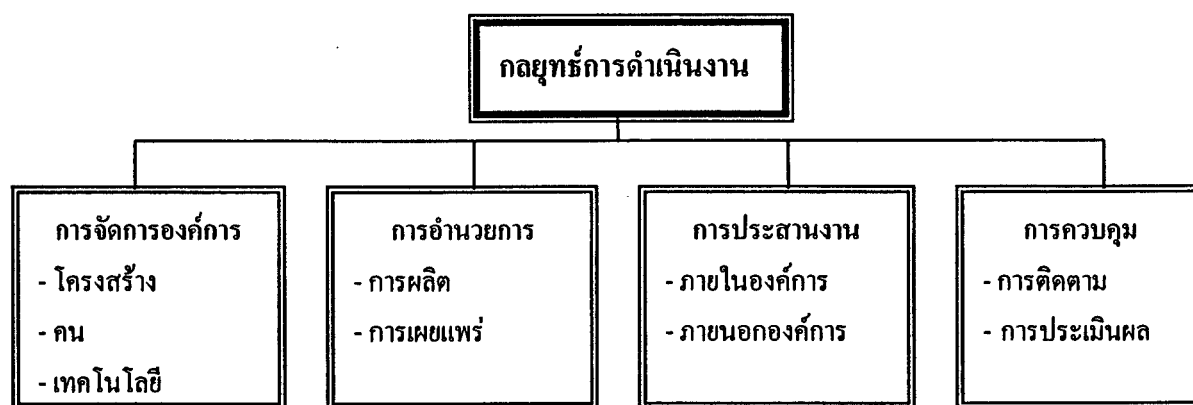
การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองนั้น ถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญยิ่ง เพราะหากมีการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองที่ดี แต่หากขาดการดำเนินงานที่ดีก็มิอาจทำให้งานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองนั้นประสบผลสำเร็จได้ สำหรับการดำเนินงานการสื่อสารหมายถึง ขั้นตอนการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ การจัดการองค์การ การจัดการทรัพยากรบุคคลและเทคโนโลยี

การอำนวยการและการประสานงาน และการควบคุม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการสร้าง
ภาพลักษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

การจัดการเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับการกำหนดจุดมุ่งหมายของ
องค์กรและเปลี่ยนแปลงจุดมุ่งหมายนั้นสู่การปฏิบัติงานจริง ซึ่งผู้จัดการจะทำให้การดำเนินกิจกรรม
ต่างๆ ขององค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผ่านกระบวนการที่เป็นระบบ ขั้นตอนและ
กระบวนการจะมีชื่อเรียกต่างๆ กัน แต่ล้วนมีความหมายที่คล้ายคลึงกัน เช่น Henri Fayol ได้แสดง
แนวคิดว่าการจัดการเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การพยากรณ์และการวางแผน
การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การประสานงาน และการควบคุม ส่วน Gulick (1963: 24-25) ได้
เสนอแนวคิดหน้าที่การบริหารที่เรียกว่า POSDCORB ซึ่งได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารไว้ 7 ขั้น
ด้วยกัน คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing)
การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และ
การงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งการดำเนินการเป็นขั้นตอนดังกล่าวจะนำไปสู่เป้าหมายขององค์กร
ที่กำหนดไว้ (สมยศ นาวิการ, 2545: 17; สมิหรา จิตตลดากร, 2546: 77-78)

จากแนวคิดดังกล่าว พอสรุปได้ว่า การบริหารจัดการเป็นกระบวนการหนึ่ง
ประกอบด้วยการทำงานเป็นขั้นตอนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายความสำเร็จขององค์กร ผู้ศึกษาได้
นำเอาแนวคิด POSDCORB ของ Gulick มาเป็นกรอบในการศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการ
สร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยเลือกมาเฉพาะในส่วนของ POSDCORB ดังมี
รายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงกลยุทธ์การดำเนินงาน ดัดแปลงมาจากหลักการบริหารองค์การ POSDCORB

5.1.1 การจัดการองค์การ

องค์การทุกองค์การไม่ว่าเป็นองค์การประเภทใดต่างมีการทำงานในลักษณะเป็นกลุ่มหรือทำงานร่วมกัน จึงจำเป็นจะต้องมีการจัดแบ่งงาน (Organization) หรือแบ่งอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ และมีการดำเนินการที่เรียกว่า การจัดการ (Management) เป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกันและใช้ทรัพยากรร่วมกัน ให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายของการจัดการองค์การไว้ดังนี้

Wehrich และ Koontz (1993: 4) ได้ให้ความหมายของ การจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการในการทำงาน โดยการสั่งการและการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

บรยรงค์ โตจินดา (2545: 20) ได้สรุปความหมายขององค์การไว้ว่า เป็นกลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีการรวมตัวกัน เข้าเป็นหนึ่งเดียวกัน และร่วมกันทำงานในลักษณะกลุ่มที่มีการรวมทรัพยากรและความพยายามของทุกฝ่ายมาดำเนินการร่วมกัน โดยมุ่งที่จะดำเนินการให้บรรลุถึงผลสำเร็จในเป้าหมายที่สูงขึ้น ซึ่งไม่อาจทำให้สำเร็จลงได้ด้วยการกระทำโดยลำพังหรืออิสระ

มัลลิกา ดันสอน (2544: 115-116) การจัดการองค์การ หมายถึง การกำหนดรูปแบบ กฎเกณฑ์ ระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติงาน และการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในองค์การ โดยตัดสินใจจัดกลุ่มงานและกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน จัดตำแหน่งงาน ขอบเขตของอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ในการตัดสินใจและแก้ปัญหาเรื่องต่างๆ ณ ระดับใดภายในองค์การ การจัดสายงานและสายการบังคับบัญชา ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรทางการจัดการให้สนับสนุนต่อการทำงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

จากนิยาม และความหมายของการจัดการองค์การดังกล่าวข้างต้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การจัดการองค์การ เป็นกระบวนการดำเนินงาน กิจกรรมต่างๆ ขององค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้โดยผ่านกระบวนการที่เป็นระบบ มีการประสานงาน และความร่วมมือร่วมใจจากทรัพยากรจากมนุษย์

5.1.2 โครงสร้างองค์การ

การแบ่งชนิดขององค์การมีการจัดแบ่งออกเป็นหลายชนิด ในที่นี้จะเสนอชนิดขององค์การที่ส่วนใหญ่กล่าวถึง โดยสามารถแบ่งองค์การออกตามลักษณะของการจัดตั้งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (มัลลิกา ดันสอน, 2544: 114-115; สมพร เพ็ญจันทร์, 2547: 139-140)

1) องค์การแบบเป็นทางการ (Formal organization) หมายถึง องค์การที่จัดตั้งขึ้นอย่างมีแบบแผนและขอบเขตที่ชัดเจน มีการจัดโครงสร้างขององค์การตามหน้าที่ หรือ

บทบาทในการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถแสดงออกในรูป “แผนภูมิโครงสร้างองค์การ (Organization chart)” หรือ OC ปกติผู้บริหารจะกำหนดโครงสร้างองค์การแบบเป็นทางการอย่างแน่นอน เพื่อให้สมาชิกขององค์การได้ทราบถึงอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของตนและการทำงานร่วมกับบุคคลอื่น เพื่อความเป็นระบบ ระเบียบ โดยไม่มีการทำงานซ้ำซ้อนกัน อย่างไรก็ตาม การจัดองค์การแบบเป็นทางการ ก็สามารถที่จะยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้ โดยผู้บริหารสามารถตัดสินใจปรับเปลี่ยนองค์การตามความเหมาะสมของสถานการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งองค์การแบบเป็นทางการจะมีลักษณะสำคัญ ได้แก่

- (1) มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน
- (2) มีการกำหนดโครงสร้างและสายการบังคับบัญชาอย่างชัดเจน
- (3) มีขอบเขตและจำนวนสมาชิกที่แน่นอน
- (4) มีการแบ่งงานกันทำและมอบหมายงานอย่างเป็นระบบ

2) องค์การแบบไม่เป็นทางการ (Informal organization) หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มบุคคล เพื่อทำกิจกรรมหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันทั้งภายในระบบและต่อสภาพแวดล้อม โดยปราศจากจุดประสงค์ที่เป็นทางการ การจัดโครงสร้างองค์การ และการกระจ่ายงานอย่างชัดเจน ปกติองค์การแบบไม่เป็นทางการ มักเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ส่วนตัวของสมาชิก ตัวอย่างเช่น พนักงานในแผนกต่างๆ มาเล่นฟุตบอลด้วยกันหลังเลิกงาน ทำให้เกิดความสนิทสนม และมีการช่วยเหลือกันในการทำงาน เป็นต้น

5.1.3 การจัดการทรัพยากรบุคคล

การจัดการทรัพยากรบุคคล การบริหารงานบุคคล การบริหารทรัพยากรมนุษย์แปลมาจากภาษาอังกฤษหลายคำ คือ Personnel Administration หรือ Modern Personnel Management หรือ Management of Human Resources คือการจัดการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่ก่อนบรรจุเข้าทำงานจนออกจากงาน มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการบริหารงานบุคคลไว้ดังนี้

เสนาะ ดิยาว (2532: 10) กล่าวว่า การบริหารงานบุคคลเป็น กระบวนการที่ทำให้ได้คน ใช้คนและบำรุงรักษาคคนที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในจำนวนที่เพียงพอและเหมาะสม นั่นคือ หน้าที่ทางด้านการรับสมัคร การคัดเลือก การฝึกอบรม การพัฒนาบุคคล การรักษาระเบียบวินัย การให้สวัสดิการ และการ โยกย้ายเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง

พะยอม วงศ์สารศรี (2534: 153) กล่าวว่า การบริหารงานบุคคล หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่าง ๆ พิจารณาบุคคลที่อยู่ในสังคม เพื่อดำเนินการพิจารณาสรรหาคัดเลือกและบรรจุบุคคล ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาอยู่ในองค์การ และขณะที่

บุคคลเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร ได้มี การจัดกิจกรรมพัฒนาธำรงรักษา ให้บุคคลที่คัดเลือกเข้ามา
เพิ่มพูนความรู้ความสามารถ มีสุขภาพที่ดี

ธงชัย สันติวงษ์ (2536: 67) กล่าวว่า การจัดคนเข้าทำงานเป็นขั้นตอนที่
ต่อเนื่องจากการจัดหน่วยงาน เพราะการจัดหน่วยงานตำแหน่งต่างๆ ฐานะและกำหนดไว้ให้เห็น
ถึงขอบเขตความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งเหล่านั้นด้วย

จากแนวความคิดของนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ลักษณะของการ
บริหารงานบุคคลว่า เป็นกระบวนการที่ได้คน และบำรุงรักษาคน โดยมีขอบเขต ตั้งแต่เริ่มต้นจน
ออกจากงาน จึงขอสรุปความหมายของการจัดการทรัพยากรบุคคลว่า เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง
กับบุคคล ตั้งแต่ก่อนการบรรจุเข้าทำงานจนกระทั่งพ้นจากหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและ
ตอบสนองรวมทั้งประสานประ โยชน์ระหว่างบุคคลและองค์กร ได้อย่างราบรื่น

5.1.4 เทคโนโลยี

ในที่นี้ คำว่า เทคโนโลยี หมายถึง เครื่องไม้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการ
จัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของ
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า "Technology" แปลว่า การกระทำที่มีระบบ
ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2539: 406) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยี คือ วิทยาการ
ที่เกี่ยวกับศิลปะในการนำเอาวิทยาศาสตร์ประยุกต์มาใช้ให้เกิดประ โยชน์ในทางปฏิบัติและ
อุตสาหกรรม นอกจากนั้นยังมิผู้ให้ความหมายของเทคโนโลยีไว้หลากหลาย ดังนี้ คือ

ผดุงยศ ดวงมาลา (2523: 16) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีว่าปัจจุบันมี
ความหมายกว้างกว่ารากศัพท์เดิม หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักรกล สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ
ทาง อุตสาหกรรม ถ้าในแง่ของความรู้ เทคโนโลยี หมายถึง ความรู้หรือศาสตร์ที่เกี่ยวกับเทคนิคการ
ผลิตในอุตสาหกรรม และกิจกรรมอื่นๆ ที่จะเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรืออาจสรุปว่า
เทคโนโลยี คือ ความรู้ที่มนุษย์ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประ โยชน์แก่มนุษย์เอง ทั้งในแง่ความ
เป็นอยู่และการควบคุมสิ่งแวดล้อม

ธรรมบุญ โรจนะบุรานนท์ (2531: 170) กล่าวว่า เทคโนโลยี คือ ความรู้
วิชาการรวมกับความรู้วิธีการ และความชำนาญที่สามารถนำไปปฏิบัติการกิจให้มีประสิทธิภาพสูง
โดยปกติเทคโนโลยีนั้นมีความรู้วิทยาศาสตร์รวมอยู่ด้วย นั่นคือวิทยาศาสตร์เป็นความรู้ เทคโนโลยี
เป็นการนำความรู้ไปใช้ในทางปฏิบัติ จึงมักนิยมใช้สองคำด้วยกัน คือ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
เพื่อเน้นให้เข้าใจว่า ทั้งสองอย่างนี้ต้องควบคู่กันไปจึงจะมีประสิทธิภาพสูง

ส่วน ชำนาญ เขวกีร์ติพงศ์ (2534: 5) ได้ให้ความหมายสั้นๆ ว่า เทคโนโลยี หมายถึง วิชาที่ว่าด้วยการประกอบวัตถุเป็นอุตสาหกรรม หรือวิชาช่างอุตสาหกรรม หรือการนำเอา วิทยาศาสตร์มาใช้ในทางปฏิบัติ

จากการที่มีผู้ให้ความหมายของเทคโนโลยีไว้หลากหลาย สรุปได้ว่า เทคโนโลยี หมายถึง วิชาที่นำเอาวิชาการทางวิทยาศาสตร์และศาสตร์อื่นๆ มาประยุกต์ใช้ตาม ความต้องการของมนุษย์ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น

5.1.5 การอำนวยการ

การอำนวยการเป็นภารกิจที่สำคัญประการหนึ่งของการบริหาร หลังจาก ที่ผู้บริหารหรือผู้จัดการได้ใช้ความคิดในการวางแผนเป็นอย่างมากแล้ว ในขั้นตอนต่อไปก็คือการนำ แผนไปปฏิบัติ ในขั้นนี้ผู้บริหารหรือผู้จัดการจะต้องอำนวยการหรือสั่งการเพื่อให้งานดำเนินไป ด้วยความสามารถรวดเร็ววัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ในเรื่องการอำนวยการนั้น ได้มี นักวิชาการให้ความหมายไว้ดังนี้

Dale (1965: 454-455) กล่าวว่า การอำนวยการ หมายถึง การที่ผู้บังคับบัญชา ชี้นำและตรวจตราดูแลการปฏิบัติงานของบุคลากร

Argyris (1957: 67-68) กล่าวว่า การอำนวยการที่ดีย่อมเกี่ยวข้องกับขวัญ กำลังใจ การเพิ่มผลผลิตและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติ

ศิริอร ชันธหัตถ์ (2544: 128) การอำนวยการ หมายถึง การสั่งการ การนิเทศ งาน และการติดตามผล เพื่อให้งานดำเนินไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากนิยาม และความหมาย สามารถสรุปได้ว่า การอำนวยการ หมายถึง การ สั่งการและการติดตามผล เพื่อให้งานดำเนินไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในการสั่งการ หรือการอำนวยการ ผู้บริหารองค์การจะต้องใช้การจูงใจ การติดต่อสื่อสาร และการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์การ เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบในการสั่งการหรือการอำนวยการ เพื่อให้งานดำเนินไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้

1) องค์ประกอบของการอำนวยการ

ในการสั่งหรือการอำนวยการมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องอยู่ 4 ประการ ดังที่จุมพล พนิมพานิช (2523: 159 – 212) ได้ให้แนวคิดไว้ คือ

(1) ความเป็นผู้นำ ความเป็นผู้นำเป็นกระบวนการของการสั่งการ และ การใช้อิทธิพลต่อกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกของกลุ่มในองค์การ การที่ผู้ได้บังคับบัญชาหรือเพื่อน ร่วมงานปฏิบัติตามคำสั่งของผู้นำนั้นเพราะยอมรับในอำนาจ ซึ่งมาจาก 3 แหล่ง ได้แก่ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมา อำนาจจากบารมีและอำนาจตามกฎหมาย ผู้นำจะใช้

อำนาจในรูปแบบต่างๆ กัน จึงก่อให้เกิดลักษณะผู้นำแบบต่างๆ 3 แบบ ได้แก่ ผู้นำแบบประชาธิปไตย ซึ่งให้โอกาสเพื่อร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย และร่วมคิดร่วมทำ ผู้นำแบบต่อมา ได้แก่ ผู้นำแบบเผด็จการ ผู้นำแบบนี้ไม่ชอบรับฟังความคิดเห็นจากใครทั้งสิ้น ชอบที่จะออกคำสั่งให้ผู้อื่นปฏิบัติตามเสมอ และผู้นำแบบสุดท้าย ได้แก่ ผู้นำแบบตามสบาย ผู้นำแบบหลังสุดนี้จะไม่ค่อยยินดียินร้ายต่อการทำใดนักจะปล่อยตามสบาย จึงเห็นได้ว่า ลักษณะผู้นำมีผลต่อพฤติกรรมองค์การเป็นอย่างมาก

(2) การจูงใจ การจูงใจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการสั่งการหรือการอำนวยความสะดวก เพราะผู้บริหารต้องทำงานเกี่ยวข้องกับบุคลากร สั่งการหรือมอบหมายงานให้บุคลากรปฏิบัติงาน จึงจำเป็นต้องใช้การจูงใจหรือการกระตุ้นให้บุคลากรอยากจะทำงาน โดยอาศัยหลักความเข้าใจในธรรมชาติของมนุษย์ว่ามนุษย์หรือบุคลากรทั้งหลายมีความต้องการ 5 ระดับ ได้แก่ ความต้องการขั้นพื้นฐานคือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียงและความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ดังนั้นในการสั่งการหรือการอำนวยความสะดวกจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ เช่น ก่อนมอบหมายงานควรถามบุคลากรก่อนว่าพอมีเวลาหรือไม่ หรือคุณจะช่วยงานนี้ได้ไหมเพื่อให้เขาปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจหลังจากที่ได้รับมอบหมายงานแล้ว

(3) การติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญที่จะช่วยในการสั่งการหรือการอำนวยความสะดวกดำเนินไปได้ด้วยดีและมีประสิทธิภาพ เพราะว่าการอำนวยความสะดวกจะต้องสั่งการ หรือมอบหมายงานระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานเสมอ ยิ่งผู้บริหารมีตำแหน่งใหญ่เท่าใดยิ่งต้องสั่งการหรือติดต่อสื่อสารกับบุคคลระดับต่างๆ เป็นจำนวนมากนับตั้งแต่รับแขก พูดโทรศัพท์ สั่งการด้วยวาจา และสั่งการด้วยลายลักษณ์อักษร จนกระทั่งเกือบจะไม่มีเวลาเป็นส่วนตัวของตัวเองเลย ในการสั่งการหรือการอำนวยความสะดวก ผู้บริหารอาจใช้การติดต่อสื่อสารได้ 2 ลักษณะ คือ

ก. การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One Way) เป็นการสั่งการจากระดับผู้บังคับบัญชาลงมายังผู้ใต้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานในองค์การหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น อธิบดีสั่งการมายังผู้อำนวยการกอง เป็นต้น

ข. การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two Way) เป็นการสั่งการจากระดับผู้บังคับบัญชาลงมายังผู้ใต้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานในองค์การหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยผู้รับคำสั่งมีโอกาสซักถามข้อสงสัย หรือแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้ เช่น ผู้จัดการโทรศัพท์ถามหัวหน้าแผนกการเงินเกี่ยวกับจำนวนเงินและรายชื่อของลูกค้าที่จ่ายเช็คสปริงในรอบเดือนที่ผ่านมา ในกรณีนี้ หัวหน้าแผนกการเงินจะรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ผู้จัดการทราบอาจจะ

เป็นทางโทรศัพท์ในขณะนั้น ถ้ามีข้อมูลอยู่ หรืออาจรายงานเป็นลายลักษณ์อักษร หรือรายงานด้วยวาจาเมื่อค้นพบข้อมูลแล้วก็ได้ เป็นต้น

5.1.6 การประสานงาน

การประสานงานเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้งานขององค์การดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

กิตติมา ปรีดีศิลป (2529: 221) ให้แนวทางว่า การประสานงานเป็นกิจกรรมที่จำเป็นในการบริหาร และผู้บริหารที่ดีนั้นต้องมีความสามารถในการกระทำให้เกิดความผสมกลมกลืนในหน่วยงานที่เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในการบริหาร อันได้แก่ คน เงิน เวลา วัสดุ และวิธีการปฏิบัติงาน อันจะก่อให้เกิดความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพของการบริหารได้

สมคิด บางโม (2538: 178) กล่าวว่า การประสานงาน (Coordination) หมายถึง การจัดระเบียบการทำงานและการติดต่อกัน เพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวไม่ทำงานซ้อนกัน ขัดแย้งกันหรือเหลื่อมล้ำกัน เพื่อให้การปฏิบัติงานดำเนินไปโดยราบรื่น รวดเร็ว ประหยัดและมีประสิทธิภาพ ถ้าขาดการประสานงานในหน่วยงานแล้ว ผลและคุณภาพของงานจะไม่ได้ตามเป้าหมาย การทำงานจะสับสนเปลี่ยนแปลงทั้งอุปกรณ์ วัสดุ ทรัพยากร เวลา และก่อให้เกิดความขัดแย้งในที่สุด

สมยศ นาวิการ (2544: 202) ได้กล่าวว่า การประสานงาน เป็นกระบวนการของการทำให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในกิจกรรมและเป้าหมายของแผนงานต่างๆ ขององค์การที่แยกจากกัน เพื่อความสำเร็จขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าหากปราศจากการประสานงานแล้ว บุคคลและแผนงานต่างๆ จะสูญเสียการมองเห็นบทบาทของพวกเขาภายในองค์การ

สำหรับความหมายของการประสานงานนั้น สรุปได้ว่าการประสานงานเป็น การจัดให้คนในองค์การทำงานให้สัมพันธ์และสอดคล้องกัน โดยจะต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และมาตรฐานการปฏิบัติขององค์การเป็นหลัก

1) รูปแบบของการประสานงาน

ในการประสานงานในองค์การหรือระหว่างองค์การโดยทั่วไปนั้น อาจแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ (ศิริอร ขันรหัดต์, 2544: 156)

(1) การประสานงานนอกแบบ ดังได้กล่าวแล้วว่าภารกิจในการประสานงานมีมากมาย เช่น การประสานนโยบาย ประสานใจ ประสานแผน ประสานงานที่รับผิดชอบ ประสานคน และประสานทรัพยากร สำหรับรูปแบบการประสานงานที่จะได้ผลนั้น จำเป็นต้องใช้การประสานงานนอกแบบซึ่งเป็นกิจกรรมที่ไม่มีในรูปแบบที่แน่นอน อาจจัดทำได้ในกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้การประสานงานสำเร็จด้วยดี เช่น รัฐบาลจัดงานเลี้ยงสมาชิกสภาผู้แทน

ราษฎร ในสังกัดพรรครัฐบาลก่อนวันประชุมสภาผู้แทนราษฎร เพื่อลงมติไม่ไว้วางใจรัฐมนตรีในพรรครัฐบาล กรณีเจ้าหน้าที่ของส่วนราชการหนึ่งนำเจ้าหน้าที่สำนักงานงบประมาณไปเยี่ยมชมกิจการของส่วนราชการนั้นก่อนที่จะขอตกลงเป็นทางการกับสำนักงานงบประมาณ กรณีผู้จัดการของบริษัทหนึ่งเลี้ยงต้อนรับคณะของผู้จัดการอีกบริษัทหนึ่ง เพื่อเป็นการเอาอกเอาใจในการตกลงทำสัญญารับงานใหม่จากบริษัทนั้น กรณีการส่งตัวแทนไปเจรจา การทาบทามการพูดคุยกัน ตลอดจนการเลี้ยงดูปูเสื่อก็เป็นรูปแบบการประสานงานนอกแบบทั้งสิ้น

(2) การประสานงานในแบบ การประสานงานในแบบนี้จะเป็นการปฏิบัติงานตามปกติไม่ว่าในส่วนราชการหรือองค์การธุรกิจ ผู้บริหารหรือผู้จัดการจะต้องดำเนินการเองหรืออาจมอบผู้รับผิดชอบดำเนินการแทนก็ได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การเป็นสำคัญ ผู้บริหารหรือผู้จัดการอาจใช้รูปแบบการประสานงานโดยใช้ทางวาจาหรือลายลักษณ์อักษรหรือเชิญมาพบก็ได้ นอกจากนั้นอาจใช้การตรวจเยี่ยมหน่วยงานและบุคลากรในสังกัดก็ได้

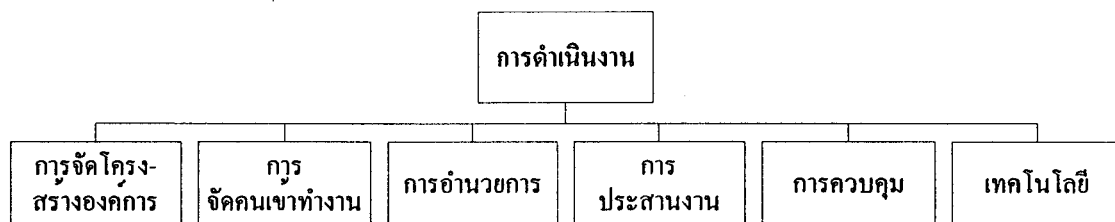
สรุป การประสานงานเป็นการจัดให้คนในองค์การทำงานให้สัมพันธ์และสอดคล้องกัน โดยยึดถือหน้าที่ วัตถุประสงค์ และมาตรฐานการปฏิบัติขององค์การเป็นหลัก การประสานงานมีวัตถุประสงค์เพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายมีคุณภาพ ประหยัดเวลา และทรัพยากร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีแก่ผู้เกี่ยวข้อง หลักการประสานงาน ได้แก่ การจัดระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี จัดให้มีระบบของความร่วมมือที่ดี จัดให้มีระบบการประสานงานทุกระดับชั้นของสายการบังคับบัญชา จัดให้มีการประสานนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์การ และจัดให้มีการประสานงานในรูปกระบวนการบริหารที่ครบวงจร วิธีประสานงานอาจทำได้โดยให้หน่วยงานกำหนดแผนงาน หรือโครงการพร้อมทั้งแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ให้จัดทำแผนภูมิขององค์การ (Organization chart) และรายละเอียดของงาน (Job description) ของหน่วยงานและตำแหน่งต่างๆ ไว้อย่างใจให้ทุกคนตั้งใจและเต็มใจทำงานให้แก่องค์การ จัดประสานงานกับแนวความคิดของผู้บริหารองค์การรวมทั้งประสานงานกับตำแหน่งต่างๆ ทางการบริหารด้วยการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารองค์การพึงใช้ภาวะผู้นำในการประสานงานในองค์การให้ดี

5.1.7 การควบคุม

กาญจนา ศรีพงษ์ (2540: 4) ได้ให้ความหมายของการควบคุม (Controlling) หมายถึง กระบวนการหาเครื่องบ่งชี้หรือวิธีการต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับแผนงานที่กำหนดไว้ว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ซึ่งเน้นย้ำว่าในการทำงานให้ได้ผลตามเป้าหมายจะยึดหลักการบริหาร โดยยึดข้อแตกต่าง (Management by Expectation) โดยเปรียบเทียบรายงานผลการปฏิบัติงานกับแผนที่วางไว้ ถ้ารายงานแตกต่างไปจากแผนจะต้องสำรวจหาสาเหตุและแก้ไขต่อไป

สำหรับความหมายของการควบคุม นั้น สรุปได้ว่า การควบคุม หมายถึง การตรวจตราการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามการวางแผน วิธีการ ตลอดจนมาตรฐานของผลงาน บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างไร เพียงใด ซึ่งการติดตามหรือการประเมินผลการปฏิบัติงานนี้ จะสามารถช่วยแก้ไข แนะนำข้อบกพร่องต่างๆ ที่ได้พบ ช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการป้องกันความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องไม่ให้เกิดซ้ำซ้อนได้อีกด้วย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดการองค์การ การจัดการคนเข้าทำงาน การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การควบคุม และเทคโนโลยี มาใช้อธิบายการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองด้วย ทั้งนี้ เพื่อใช้ทำความเข้าใจลักษณะขององค์การ การวิเคราะห์ศักยภาพองค์การทั้งในด้านโครงสร้าง คน และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง แนวคิดการอำนวยความสะดวกด้วยการบริหาร POSDCORB เพื่อช่วยให้เข้าใจในเรื่องของทีมงานหลัก ทีมอำนวยความสะดวกและขั้นตอนการสั่งงานจากผู้บริหารมาสู่ผู้ปฏิบัติงาน



ภาพที่ 2.5 การดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

6. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง มีความสำคัญต่อการวางแผนและการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองอย่างน้อย 2 ประการคือ ประการแรก ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและสภาพของปัญหาเพื่อประกอบการวางแผนหรือโครงการในการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ประการที่สอง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และผลกระทบของโครงการ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการปฏิบัติงาน แก้ไขปัญหา อุปสรรค รวมทั้งเป็นหลักฐานในการพิจารณาความดีความชอบและดอรงงบประมาณค่าใช้จ่ายในโครงการนั้น ๆ

การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง หมายถึงกระบวนการที่กระทำอย่างต่อเนื่องกันไป ซึ่งทำให้ผู้บริหาร โครงการสามารถปรับปรุง แก้ไขโครงการที่ต้องเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของประชาชน เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารที่ต้องทำเพื่อหาข้อมูล โดยมีองค์ประกอบดังนี้

6.1 การประเมินการรับรู้ โดยสามารถทราบถึงจำนวนประชาชนผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร ทราบถึงจำนวนคนหรือผู้ที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ โดยการแจกจ่ายจำนวนผู้ไปร่วมโครงการ การแจกจ่ายจำนวนสมาชิกที่เป็นสมาชิก จำนวนผู้ที่ได้เรียนรู้จากสาระของโครงการ คือจำนวนคนที่มีความรู้เพิ่มขึ้น มีความตระหนักเพิ่มขึ้น ทราบถึงจำนวนผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากทัศนคติที่มีอยู่เดิม และจำนวนผู้ปฏิบัติตามสิ่งที่ได้รับการบอกกล่าวจากโครงการ เป็นต้น

6.2 การประเมินสื่อ โดยการประเมินความเหมาะสมของสื่อที่จะนำมาใช้ และ การประเมินคุณภาพการนำเสนอตลอดจนคุณค่าของสื่อที่นำเสนอ

6.3 การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยเริ่มจากขั้นตอนก่อนออกปฏิบัติการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ทบทวนปัจจัยนำเข้าสู่กระบวนการกำหนดโครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือโครงการรณรงค์ต่าง ๆ กำหนดวิธีหรือเนื้อหาที่จะเผยแพร่ และการประเมินปัจจัยส่งออกหรือผลิตผลที่ผลิตขึ้นในโครงการ (Output) โดยประเมินคุณภาพและปริมาณของสื่อและเนื้อหาที่ผลิตขึ้นเพื่อรณรงค์ เผยแพร่ หรือประชาสัมพันธ์โครงการ ทั้งนี้ยังเน้นการประเมินประสิทธิภาพของการทำงานของบุคลากรที่รับผิดชอบโครงการด้วย และการประเมินผลลัพธ์หรือผลที่ได้รับท้ายสุดของโครงการ (Outcome or end result) เป็นการประเมินผลขั้นตอนสุดท้ายเพื่อดำเนินโครงการไปจนเสร็จสิ้นโครงการ

6.4 การประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาส โดยเริ่มจากการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs assessment) มุ่งที่การตรวจสอบความต้องการทางสังคม ปัญหา และเป้าประสงค์ที่ถูกต้อง และการประเมินกลยุทธ์การดำเนินงาน (Strategy evaluation) จะทำการประเมินในระหว่างผู้ที่วางแผนกำหนดกลวิธีที่จะแก้ปัญหาและพิจารณาว่ามีกลวิธีใดมีความเป็นไปได้ และเหมาะสม รวมทั้งการประเมินกระบวนการ (Process evaluation) หรือการประเมินเพื่อควบคุมการดำเนินการเป็นประโยชน์สำหรับผู้จัดการโครงการ โดยการทบทวนการดำเนินการและการบริหารโครงการเพื่อการปรับปรุงระบบการสื่อสารของโครงการ เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าทุกสิ่งได้ดำเนินไปตามกระบวนการในแผนที่วางไว้

จากแนวคิดดังกล่าว จึงพอสรุปได้ว่า การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองมีความสำคัญอย่างมากต่อการวางแผนและการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ซึ่งต้องใช้ความรู้ความเข้าใจอย่างมาก โดยสามารถทำการประเมินการรับรู้ การ

ประเมินสื่อ การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการประเมินเพื่อหาช่องทางและโอกาส ที่สำคัญทำให้สามารถเรียนรู้ข้อบกพร่อง และความสำเร็จของโครงการ รวมถึงการพิจารณาว่าจะดำเนินการต่อหรือจะยุติโครงการ

7. แนวคิดเกี่ยวกับระบบการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

7.1 ความเป็นมาของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

การปกครองในระบอบประชาธิปไตย ถือว่าอำนาจอธิปไตยมาจากปวงชนชาวไทย และประชาชนทุกคนมีสิทธิในการใช้อำนาจอธิปไตยนั้น ๆ อย่างชอบธรรม การเลือกตั้งเป็นหลักการหนึ่งในระบอบประชาธิปไตย โดยราษฎรเป็นผู้มอบสิทธิและอำนาจอธิปไตยอันพึงมีอยู่ให้กับบุคคลจำนวนหนึ่งที่มีความเหมาะสม เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเข้าไปทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนเพื่อการบริหารประเทศ โดยสภาผู้แทนราษฎรประกอบด้วยสมาชิกที่ราษฎรเลือกตั้ง มีจำนวน 500 คน โดยกำหนดให้มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2 แบบ คือ แบบแบ่งเขตเลือกตั้งจำนวน 400 คน และแบบบัญชีรายชื่อพรรคการเมือง จำนวน 100 คน ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง ดังนี้

การแบ่งเขตการเลือกตั้ง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง ให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งผู้เลือกตั้งได้เขตละ 1 คน การเลือกตั้งให้ใช้วิธีการออกเสียงลงคะแนนโดยตรงและลับ การคำนวณเกณฑ์จำนวนราษฎรต่อสมาชิกหนึ่งคน ให้คำนวณจากจำนวนราษฎรทั้งประเทศตามหลักฐานการทะเบียนราษฎรที่ประกาศในปีสุดท้ายก่อนปีที่จะมีการเลือกตั้งเฉลี่ยด้วยจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 400 คน จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในแต่ละจังหวัดจะพึงมีให้นำจำนวนสมาชิกหนึ่งคนที่คำนวณได้ตามเกณฑ์จำนวนราษฎรต่อสมาชิกหนึ่งคน มาเฉลี่ยจำนวนราษฎรในจังหวัดนั้น จังหวัดใดมีราษฎรไม่ถึงเกณฑ์จำนวนราษฎรต่อสมาชิกหนึ่งคน ให้มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดได้หนึ่งคน จังหวัดใดมีราษฎรเกินเกณฑ์จำนวนราษฎรต่อสมาชิกหนึ่งคน ให้มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เพิ่มขึ้นอีก 1 คนทุกจำนวนราษฎรที่ถึงเกณฑ์จำนวนราษฎรต่อสมาชิกหนึ่งคนเมื่อได้จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของแต่ละจังหวัดแล้ว

ถ้าจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ยังไม่ครบ 400 คน จังหวัดใดมีเศษที่เหลือจากการคำนวณมากที่สุดให้จังหวัดนั้นมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเพิ่มขึ้นได้อีก 1 คน และให้เพิ่มจำนวน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรตามวิธีการดังกล่าวแก่จังหวัดที่มีเศษเหลือจากการคำนวณในลำดับรองลงมาตามลำดับจนครบจำนวน 400 คน

ถ้าจังหวัดใดมีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้ไม่เกิน 1 คน ให้ถือเขตจังหวัดเป็นเขตเลือกตั้ง และจังหวัดใดมีการเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้เกิน 1 คน ให้แบ่งเขตจังหวัดออกเป็นเขตเลือกตั้ง มีจำนวนเท่าจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่พึงมีโดยจัดให้แต่ละเขตเลือกตั้งมีจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 1 คน จังหวัดใดมีการแบ่งเขตเลือกตั้งมากกว่า 1 เขต ต้องแบ่งพื้นที่ของเขตเลือกตั้งแต่ละเขตให้ติดต่อกัน และต้องให้จำนวนราษฎรในแต่ละเขตใกล้เคียงกันในแต่ละเขตเลือกตั้ง ให้ดำเนินการนับคะแนนทุกหน่วยเลือกตั้งรวมกันและประกาศผลการนับคะแนนโดยเปิดเผย ณ สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งแต่เพียงแห่งเดียวในเขตเลือกตั้งนั้นตามที่คณะกรรมการการเลือกตั้งกำหนด

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นการนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง และส่วนที่ 3 เป็นการนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง เพื่อนำไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

8.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

นวพร วิสิฐสิริ (2543) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์และเผยแพร่ข่าวสารการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาของคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่า สื่อที่เลือกใช้ ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพิเศษ คือ อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์สายด่วน 1171

ผู้วิจัยได้ศึกษาในเรื่องการกำหนดสื่อที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยแยกเป็น 3 ประเภท คือ สื่อระหว่างบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน เป็นต้น

จุฑารัตน์ สัมฤทธิ์ผล (2545) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารของนักการเมืองรุ่นใหม่ในการเข้าสู่อาชีพนักการเมือง พบว่า การเข้าสู่อาชีพนักการเมืองของนักการเมืองรุ่นใหม่มีแรงจูงใจจากครอบครัว ความสนใจในงานหรือกิจกรรมด้านการเมือง ได้รับการชักชวนจากบุคคลในวงการเมือง และภาวะกดดันที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพเดิม ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการสื่อสารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเมืองระดับท้องถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมการเมืองกับนักการเมือง และการสื่อสารกับแกนนำพรรคการเมือง นักการเมืองรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ได้รับแรงจูงใจในการเข้าสู่พรรคการเมืองจากผู้นำ นโยบาย และอุดมการณ์ทางการเมือง โดยส่วน

ใหญ่ใช้ช่องทางการสื่อสารในการเข้าสู่พรรค ได้แก่ การสื่อสารกับแกนนำพรรค การเข้าเป็นสมาชิกของพรรค และการสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัวซึ่งเป็นนักการเมือง นักการเมืองรุ่นใหม่ได้รับการหล่อหลอมให้เข้าสู่การเป็นสมาชิกพรรคการเมือง โดยกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยพรรคการเมืองและการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกในพรรค

ผู้วิจัยได้ศึกษาในเรื่องการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้นำทางความคิด ผู้นำทางสังคม และผู้นำทางการสนับสนุน เป็นต้น

อาภา อนันตกุล (2542) ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงของนักการเมือง พบว่า นักการเมืองใช้กระบวนการในการทำให้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง คือ พยายามเสนอ หรือส่งข่าวคราวความเคลื่อนไหวของตนเองให้สื่อมวลชนทราบอย่างสม่ำเสมอ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน และจัดตั้งทีมงานจากสื่อมวลชนในปัจจุบันและอดีตสื่อมวลชน นอกจากนี้พบว่า ภูมิหลังของนักการเมือง คือ ครอบครัว การศึกษา บุคลิกภาพ ผลงานก่อนเข้าสู่การเมือง และพัฒนาการทางการเมือง การทำกิจกรรมของนักการเมือง และระดับความสัมพันธ์ของนักการเมืองกับสื่อมวลชน เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงของนักการเมือง

ผู้วิจัยได้ศึกษาในเรื่องการกำหนดสารในการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยการทำข่าวแจก และการจัดเลี้ยงผู้สื่อข่าว เป็นต้น

8.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

พรรณสิริ จิตรัตน์ (2544) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี พบว่า ลักษณะเครือข่ายของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมศูนย์ มีนายสมชาย คุณปลื้ม เป็นศูนย์กลาง สมาชิกเครือข่ายประกอบด้วยเครือญาติของนายสมชาย คุณปลื้ม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และผู้นำท้องถิ่น โดยรูปแบบการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีการครอบงำสูง มีการรวมศูนย์สูง มีความยืดหยุ่นน้อย ไม่เท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีความไม่สมดุลสูง และเป็นเครือข่ายเปิด กระบวนการขยายกลุ่มประกอบไปด้วย 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การปรากฏขึ้นของหัวหน้ากลุ่ม ระยะที่ 2 การก่อตัวของกลุ่ม ระยะที่ 3 การขยายตัวของกลุ่ม และระยะที่ 4 กลุ่มที่เป็นรูปธรรมและมีแบบแผนชัดเจน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในกระบวนการรวมกลุ่ม ปัจจัยหลัก คือ ผู้นำกลุ่ม และการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก ปัจจัยสนับสนุน คือ การสื่อสาร การพยายามจัดการความขัดแย้ง ความเคร่งครัดในกฎระเบียบ โครงสร้างเครือข่ายที่ครอบคลุม และผลงานด้านการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาในเรื่องการจัดโครงสร้างองค์การ ได้แก่ การจัดองค์การแบบเป็นทางการ และการจัดองค์การแบบไม่เป็นทางการหรือองค์การเสมือน เป็นต้น

8.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

นิภากร คำจรมนูกุล (2540) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสตรี ซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พบว่า สื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อชุมชน ทั้งนี้ส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักและใช้สื่ออื่นๆ เป็นสื่อสนับสนุน สำหรับกลยุทธ์การใช้สื่อประกอบด้วย กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ กลยุทธ์การใช้สื่อมาเสนอ โดยมีเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองลงสมัคร ให้รู้จักตัวคนสมาชิกผู้แทนราษฎรมากขึ้น ให้รู้จักความสามารถสมาชิกผู้แทนราษฎร และให้จดจำชื่อและเบอร์ของสมาชิกผู้แทนราษฎร สำหรับกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาของสาร ได้แก่ กลยุทธ์การเน้นชื่อ-เบอร์ของสมาชิกผู้แทนราษฎร กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ กลยุทธ์อย่าผูกมัดตนเอง กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต กลยุทธ์การขอความเห็นใจ และกลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ ได้แก่ การคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ การได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ การได้รับอิทธิพลเรื่องการใช้อีสื่อจากผู้อื่น และการได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรมด้านกลยุทธ์การหาเสียง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องการเมืองการรับรู้ การประเมินสื่อ การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาส เป็นต้น

สรุปแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้ทำความเข้าใจ อธิบายกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและช่วยในการวิเคราะห์ประเด็นการศึกษาต่างๆ พบว่า

ในการทำความเข้าใจการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง นอกจากจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักและความสำคัญของการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองแล้ว ต้องทำความเข้าใจองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารด้วย เพราะเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารโดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่าสารเพื่อติดต่อกันผ่านสื่อต่างๆ อันจะส่งผลให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจได้ตรงกัน ดังนั้นในกระบวนการของการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ ใดๆ ก็แล้วแต่ สิ่งที่มีบทบาทหลักคือผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร มาเป็นหลักในการอธิบายลักษณะของกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ เช่น ภาพลักษณ์ของผู้ส่งสาร ผู้ปฏิบัติงาน คุณลักษณะของสารและการเลือกใช้

คุณลักษณะของสื่อและการเลือกใช้ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้รับสาร เป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ซึ่งจะช่วยอธิบายทำความเข้าใจในการทำงานของการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดการองค์การ การจัดการทรัพยากรบุคคล การอำนวยการ การประสานงาน การควบคุม และเทคโนโลยี มาใช้อธิบายการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ดังนี้ แนวคิดการจัดการองค์การ เพื่อทำความเข้าใจลักษณะขององค์การ วิเคราะห์ศักยภาพขององค์การทั้งในด้านโครงสร้าง คน และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง แนวคิดการอำนวยการด้วยหลักการบริหาร POSDCORB เพื่อช่วยให้เข้าใจในเรื่องของทีมงานหลัก ทีมอำนวยการและขั้นตอนการสั่งงานจากผู้บริหารมาสู่ผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งแนวคิดการประสานงานเพื่อให้เข้าใจถึงการติดต่อสื่อสารทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกองค์การ เพื่อลดข้อขัดแย้งและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงาน และแนวคิดการควบคุมเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการตรวจสอบและประเมินผล การดำเนินงานตามโครงการ ทั้งนี้ ก็เพื่อให้สามารถอธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนและการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยชี้ให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและสภาพของปัญหาเพื่อประกอบการวางแผนและการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ และแสดงข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รวมทั้งผลกระทบของโครงการ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการปฏิบัติงาน แก้ไขปัญหา อุปสรรค และเป็นหลักฐานในการพิจารณาความดีความชอบ รวมทั้งการต่อรองงบประมาณค่าใช้จ่ายในโครงการนั้น ๆ โดยมีการประเมินการรับรู้ การประเมินสื่อ การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาสเป็นต้น

ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงองค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในภาพรวมได้