

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งในบทที่ 5 จะนำเสนอ สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง และการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

การวิจัยครั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการศึกษาคำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง หนังสือ และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการดังนี้ ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จากคณะกรรมการการเลือกตั้ง และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อวางแผนในเรื่องวันเวลาและสถานที่สัมภาษณ์ ทำการติดต่อกับผู้ประสานงานและผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการยื่นจดหมายด้วยตนเองเพื่อขอเข้าทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลวิจัยจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการขอเข้าสัมภาษณ์ จากนั้นทำการนัดหมาย มีการเตรียมความพร้อมของผู้วิจัย โดยผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจและจดจำแนวคำถามการสัมภาษณ์และซักซ้อมการสัมภาษณ์ แจ้งให้ผู้สัมภาษณ์ทราบว่า จะนำข้อมูลที่บันทึกไว้ด้วยการจดและที่บันทึกด้วยเครื่องบันทึกเสียงไปถอดความและสรุปประเด็น จากนั้นจะนำเสนอในส่วนของผลการอภิปรายผลต่อไป

1. สรุปการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา 3 ประเด็นหลักดังนี้

1.1 ศึกษาการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.2 ศึกษาการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทน

ราษฎร

1.3 ศึกษาการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ตอนที่ 1 การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากการศึกษา การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ที่พิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย

1.1 การประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวะการณ์ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการวางแผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวะการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่า มีการวางแผนแผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวะการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์โดยการกำหนดการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) การวิเคราะห์ภาวะคุกคามที่เป็นอุปสรรค (Threats) และการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทำให้แผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวะการณ์ที่เกี่ยวข้อง มีความสำคัญเป็นอย่างมาก จากการศึกษาพบว่า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีการวางแผนแผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวะการณ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) พิจารณาว่าข้อดีของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีอะไรบ้าง ภูมิหลัง ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน หน้าที่การงาน การเป็นตัวของตัวเอง ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ชื่อเสียงที่ดีของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การได้รับการยอมรับทางสังคมของตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยวิเคราะห์ในส่วนของตัวเองประกอบกับถ้ามีคู่แข่งทางการเมืองก็จะวิเคราะห์คู่แข่งทางการเมืองด้วย

1.1.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) วิเคราะห์ส่วนที่ไม่ดีของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น โดยวิเคราะห์ส่วนที่ไม่ดีของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ ทั้งในด้านเงินทุน นโยบาย และความเป็นตัวของตัวเอง

1.1.3 การวิเคราะห์ภาวะคุกคามที่เป็นอุปสรรค (Threats) การประเมินปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ในด้านการใช้อำนาจรัฐและสภาพทางเศรษฐกิจ

1.1.4 การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไม่สามารถควบคุมได้ แต่สภาพนั้น ๆ เป็นโอกาสหรือสนับสนุนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้ ทั้งในเรื่องของ การได้อยู่ในฝ่ายบริหาร งานประจำปีหรือประเพณีนิยม ข่าวสารจากคนใกล้ชิด รวมทั้งสถานการณ์ทางบ้านเมือง ที่จะนำมาใช้เป็นโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์

การศึกษาการวางแผนการกำหนดวัตถุประสงค์การสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการวางแผนในสร้างภาพลักษณ์โดยการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนหรือผู้รับสารสามารถจดจำได้ว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรซึ่งเป็นผู้ส่งสารนั้นเป็นอย่างไร สามารถเข้าถึงประชาชนได้หรือไม่ อย่างไร จากการศึกษาพบว่า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการวางแผนการกำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.2.1 วัตถุประสงค์ที่เน้นถึงผลกระทบ (Impact objectives)

1) วัตถุประสงค์เชิงข่าวสาร (Informational objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่แสดงความต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือได้รับความรู้ ดังนั้น จึงกำหนดถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจ และหรือความจดจำข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ โดยลักษณะของวัตถุประสงค์เชิงข่าวสารนั้น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสามารถจะกำหนดได้ว่าต้องการจะสื่อสารอะไรออกไปในลักษณะเป็นการแสดงออกของตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การให้ความรู้ที่ตนเองเชี่ยวชาญและการร่วมบรรยายงานต่างๆ โดยเฉพาะในด้านกฎหมายและด้านสังคม

2) วัตถุประสงค์เชิงทัศนคติ (Attitudinal objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นการสร้างทัศนคติที่ดีเมื่อกลุ่มเป้าหมายยังขาดทัศนคติที่ดีกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การกำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นการส่งเสริมทัศนคติที่ดีเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรน้อยหรือยังไม่เป็นที่รู้จัก และจะกำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติเชิงลบกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยเน้นถึงความมีอุดมการณ์มั่นคง ทำตัวดีคิดดี ประนีประนอม ประกอบอาชีพที่มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจวิถีชีวิต และทำประโยชน์เพื่อสังคม

3) วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คาดหวังจากกลุ่มเป้าหมาย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แสดงออกในเรื่องที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งการให้ความรู้ การส่งเสริมอาชีพ การไปเที่ยวศึกษาดูงาน รวมทั้งการรณรงค์ในการเปลี่ยนพฤติกรรมต่างๆ ของประชาชน

1.2.2 วัตถุประสงค์ที่เน้นผลลัพธ์ (Output objectives) เป็นวัตถุประสงค์ที่มีความ

ชัดเจน มีความเฉพาะเจาะจง สามารถนับเป็นจำนวนได้ และเป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการดูผลลัพธ์ของการสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมือง โดยจะเน้นสิ่งที่สามารถวัดได้ในเชิงปริมาณ ทั้งสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การขยายฐานมวลชน และงานบริการประชาชน

1.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาในเรื่องการวางแผนการกำหนดกลุ่มเป้าหมายการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่ใช้ในการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การจัดกลุ่มผู้รับสารก็มีความสำคัญเป็นอย่างมากเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของประชาชนในกลุ่มต่างๆ ที่มีพื้นฐานที่แตกต่างกันออกไป ความต้องการก็จะแตกต่างกัน สามารถจัดเข้ากลุ่มการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ได้ 3 กลุ่มคือ กลุ่มเป้าหมายตามลักษณะวิชาชีพ ตามพื้นที่ และผู้รับที่เป็นผู้นำ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะวิชาชีพ

ได้แก่ กลุ่มอาชีพต่างๆ กลุ่มอาสาศัมภร กลุ่มราชการต่างๆ กลุ่มนิสิต นักศึกษา นักเรียน กลุ่มองค์กรเอกชน และกลุ่มธุรกิจเอกชน

1.3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามพื้นที่

ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในเขตชุมชนเมือง และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในเขตชนบท

1.3.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้นำ

ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้นำทางความคิด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้นำทางสังคม และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้นำทางการสนับสนุน

1.4 การกำหนดสาร

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ การกำหนดสารแนะนำตัว ในการวางแผนการกำหนดสารในการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ เนื้อหาที่เป็นประวัติ ผลงาน วิถีชีวิต และคุณลักษณะส่วนตัวของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1.4.1 ประวัติส่วนตัว ประกอบไปด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ทั้ง ภูมิสำเนา พื้นฐานทางครอบครัว การศึกษา และอาชีพ ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.4.2 ผลงานจะมีด้วยกัน 2 ส่วนคือ ผลงานของตนเองและผลงานของพรรคการเมืองที่ตนเองสังกัดอยู่ โดยผลงานส่วนตัวนั้นจะเน้นทั้งในเรื่องของ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และนันทนาการ ในส่วนผลงานของพรรคนั้นจะเน้นในเรื่องของ เศรษฐกิจ สวัสดิการและสาธารณสุข การศึกษา สังคม และการเมือง

1.4.3 เนื้อหาด้านวิถีชีวิต เป็นการประพฤติปฏิบัติตน ให้เข้ากับความเป็นอยู่ของประชาชน เข้าใจวิถีชีวิต โดยเฉพาะการเข้าร่วมกิจกรรมงานบุญประเพณีต่างๆ ของชาวบ้าน

1.4.3 เนื้อหาด้านคุณลักษณะส่วนตัว เป็นการทำให้ไม่เหินห่างหรืออยู่คนละชั้นกับชาวบ้าน จะต้องทำตัวใกล้ชิดคิดดิน ขยันหมั่นเพียร ให้มองว่าชาวเป็นเจ้านายตัวเราซึ่งต้องคอยให้บริการอยู่ตลอดเวลาด้วยความทุ่มเทและเสียสละ ทั้งยังต้องเป็นที่พึ่งในยามที่เดือดร้อน ไม่เป็นคนกระล่อนต้องเป็นคนตรง จะต้องเป็นคนที่ตั้งมั่นอยู่ในธรรม อคทนอดกลั้นต่อความโกรธ และสนใจใฝ่ศึกษาความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาตนเองอันจะนำไปสู่การช่วยพัฒนาประชาชนให้มีความรู้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

1.5 การกำหนดสื่อ

จากการศึกษาในเรื่องการกำหนดสื่อที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่ามีการใช้สื่อ 3 ประเภทคือ สื่อระหว่างบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน

1.5.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล มีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือการใช้สื่อบุคคลที่เป็นตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเอง และการใช้สื่อบุคคลที่เป็นทีมงาน สื่อบุคคลที่เป็นตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรนั้นจะออกมาในรูปแบบของ การพูดปราศรัยต่อหน้าสาธารณะชน การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และการรับฟังปัญหาของประชาชน ส่วนสื่อที่เป็นตัวแทนนั้น จะมีทั้งในส่วนของทีมงานที่เป็นทีมงานประจำของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและ ห้วคณะเนน ซึ่งจะให้ทำหน้าที่แทนในกรณีตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไม่สามารถไปร่วมกิจกรรมได้ ส่วนหัวคณะเนนจะคอยเป็นผู้ที่คอยขยายและรักษารฐานเสียงที่อยู่ในหมู่บ้านชุมชน ให้มีความเข้าใจอันดีต่อตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรตลอดไป

1.5.2 สื่อเฉพาะกิจ จะมีเฉพาะในช่วงที่มีกิจกรรมพิเศษที่ต้องการทำการสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้ ซึ่งประกอบไปด้วย ป้ายผ้า คัดเอาท์ การแถลงข่าวและรถแห่กระจายเสียง

1.5.3 สื่อมวลชน จะใช้ในช่วงที่มีกิจกรรมพิเศษเช่นเดียวกับสื่อเฉพาะกิจ ใช้ในโอกาสที่มีความสำคัญ และใช้ในกรณีที่ต้องการทำการสื่อสารอย่างเร่งด่วนและต้องการให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับทราบอย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว หรือแม้แต่การออกไปแสดงความเห็นในประเด็นข่าวที่เป็นประเด็นร้อนแรงและสื่อมวลชนก็จะนำไปขยายผลต่อไป

1.6 การกำหนดงบประมาณ

จากการศึกษาในเรื่องการกำหนดงบประมาณที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่า การกำหนดงบประมาณมีความสำคัญอย่างมากในการทำให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทราบว่าโครงการแต่ละโครงการมีประมาณการรายจ่ายเป็นเงินมากหรือน้อยอย่างไร และสามารถวางแผนการสนับสนุนงบประมาณสำหรับโครงการต่างๆ เป็นการล่วงหน้า นอกจากนี้ยังสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในกรอบที่ตั้งไว้ รวมถึงการใช้

งบประมาณได้อย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และมีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์นั้น ๆ โดยงบประมาณที่ใช้นั้นจะมีอยู่ 2 ประเภทคือ งบรายจ่ายประจำ จะเป็นงบที่เอาไว้สำหรับการบริหารจัดการสำหรับทีมงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และงบฉุกเฉินที่เอาไว้สำหรับเหตุฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างที่ทำงานในฐานะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.7 การกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล

จากการศึกษาในเรื่องการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผลที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพบว่า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจะทำการติดตามประเมินผลตามวิถีธรรมชาติ ใช้การทำงานในการพบปะผู้คนชาวบ้านมาทำการประเมิน ซึ่งเป็นการประเมินจากการสัมผัสข้อมูลโดยตรง ทั้งการลงพื้นที่ไปช่วยแก้ปัญหา การรับเรื่องร้องเรียน การไปร่วมงานกิจกรรมต่างๆ และการพูดคุยกันภายในทีมงาน

ตอนที่ 2 การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากการศึกษา การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ที่พิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย

2.1 การจัดองค์การ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การจัดองค์การที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ได้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การจัดองค์การแบบเป็นทางการ และการจัดองค์การแบบไม่เป็นทางการ สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

2.1.1 องค์การแบบเป็นทางการ

เป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้นอย่างมีแบบแผนและขอบเขตที่ชัดเจน มีการจัดโครงสร้างขององค์การตามหน้าที่ หรือบทบาทในการปฏิบัติงาน และในการจัดองค์การนั้นลักษณะของโครงสร้างจะอยู่ในลักษณะแนวราบ โดยในแนวตั้งนั้นจะมีอยู่เพียงแค่ 2 ระดับเท่านั้นคือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กับทีมปฏิบัติงาน

2.1.2 การจัดโครงสร้างองค์การไม่เป็นทางการหรือองค์การเสมือน

เป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้นอย่างหลวมๆ มีการรวมตัวเป็นช่วงๆ บุคคลที่รวมตัวมีผลประโยชน์ร่วมกัน รวมตัวกันแล้วแยกย้ายกันทำงาน มีลักษณะการทำงานเป็นเครือข่าย ทุกคนจะอยู่ในพื้นที่ของตนเอง ใช้สถานที่หรือที่พักของตนเองเป็นที่ทำงาน เมื่อมีการนัดหมายแล้วจึงจะมีการรวมตัวกัน สมาชิกในเครือข่ายจะขึ้นตรงต่อสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ลักษณะของเครือข่ายจะเหมือนกับแชร์ลูกโซ่ เป็นการเชื่อมต่อเครือข่ายให้เข้าไปหาประชาชน

2.2 การดำเนินการด้านการจัดคนเข้าทำงาน

เป็นการสรรหาและคัดเลือกกำลังคน ในระดับแกนนำและระดับปฏิบัติการที่ใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ จากการศึกษาพบว่า การจัดคนเข้าทำงาน สามารถแบ่งออกเป็น

2.2.1 การจัดตามความรู้ ความสามารถ

มีการสรรหาและคัดเลือกกำลังคน ในระดับแกนนำและระดับปฏิบัติการที่ใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ โดยแบ่งตามระดับความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์

2.2.2 การชักชวนผู้ที่มีแนวคิด อุดมการณ์เดียวกัน

ในระดับแกนนำและระดับปฏิบัติการที่ใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ โดยชักชวนผู้ที่มีแนวคิด อุดมการณ์ในทิศทางเดียวกัน มีมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนต้องมีความจริงใจ ซื่อสัตย์และกัน ไว้วางใจกัน

2.3 การอำนวยการ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การอำนวยการที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ จะต้องเน้นทางด้านจิตใจเข้าใจผู้ปฏิบัติงาน ผู้อำนวยการต้องเป็นต้นแบบที่ดีให้กับผู้ร่วมงาน ทำงานเป็นทีม และจะต้องมีความเป็นอิสระในการทำงาน

2.4 การประสานงาน

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การประสานงานที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ การประสานงานภายใน และการประสานงานภายนอก สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

2.4.1 การประสานงานภายใน

เป็นการปฏิบัติงานตามปกติ ผู้บริหารหรือผู้จัดการจะต้องดำเนินการเอง หรืออาจมอบให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการแทนก็ได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การเป็นสำคัญ จากการศึกษาพบว่า มีการประสานงานภายในองค์การ ระหว่างหัวหน้าทีมงานกับทีมผู้ปฏิบัติงาน

2.4.2 การประสานงานภายนอก

ภารกิจการประสานงานภายนอกมีมากมาย เช่น การประสานนโยบาย ประสานใจ ประสานแผน ประสานงานที่รับผิดชอบ ประสานคน และประสานทรัพยากร จากการศึกษาพบว่า มีการประสานงานภายนอกเพื่อให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อ องค์การ หน่วยงาน และประชาชนทั่วไป ที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน

2.5 การควบคุม

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การควบคุมที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่การควบคุมกระบวนการทำงานโดยการอาศัยข้อมูลจากการวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์จากการทำงานในการมาช่วยควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.6 การดำเนินการด้านการจัดเทคโนโลยี

เป็นการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็วมากขึ้น จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ในส่วนของการจัดเก็บข้อมูล เพื่อช่วยในการบริหารทีมงาน การเก็บข้อมูลการช่วยเหลือประชาชน การเก็บสถิติต่างๆ ภายในของตนเอง

ตอนที่ 3 การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากการศึกษา การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ในการติดตามการทำงานเพื่อนำข้อบกพร่องต่างๆ ที่ได้พบมาแก้ไขเพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่อไปนี้

3.1 การประเมินการรับรู้ เป็นการประเมินการรับรู้ถึงเนื้อหาสาระที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้ทำการส่งไปยังประชาชน ทั้งสารที่จูงใจและสารที่แอบแฝงไปกับการทำกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งผลงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่สามารถสัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรม

3.2 การประเมินสื่อ เป็นการประเมินสื่อโดยเฉพาะสื่อบุคคลที่เป็นสื่อที่สัมผัสใกล้ชิดกับชาวบ้านมากที่สุด หากสื่อบุคคลไปสร้างการรับรู้และทัศนคติที่ไม่ดีต่อประชาชน ก็จะส่งผลให้พฤติกรรมที่เคยนิยมชมชอบต่อตัว สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเปลี่ยนไป

3.3 การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นการประเมินถึงผลงานที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้ทำเป็นหลักโดยจะมีทั้งผลงานที่เป็นของพรรคและของตัวเอง และเป็นผลงานที่เป็นรูปธรรมที่ก่อประโยชน์ให้สังคมในท้องถิ่นนั้น ๆ

3.4 การประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาส ผลจากการประเมินทั้ง 3 ด้านสามารถนำมาประมวลผลและประเมินออกมาว่าผลงานที่มีอยู่สามารถนำมาขยายผลเป็นผลงานต่อเนื่อง ทั้งการนำผลงานที่เคยทำมาแล้ว มาต่อยอดเพิ่มเข้าไปอีก เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และจดจำได้มากยิ่งขึ้น

2. อภิปรายผล

ตอนที่ 1 การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากการศึกษาพบว่า การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประกอบด้วย การประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวการณ์ที่เกี่ยวข้อง การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสาร การกำหนดสื่อ การกำหนดงบประมาณ และการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวการณ์ที่เกี่ยวข้อง

การวางแผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่า มีการวางแผนแผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสภาวการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์โดยการกำหนดการวิเคราะห์จุดแข็ง การวิเคราะห์จุดอ่อน ทั้งของตนเองและคู่แข่งทางการเมือง การวิเคราะห์ภาวะคุกคามที่เป็นอุปสรรค และการวิเคราะห์โอกาส

สอดคล้องกับ แนวคิดของ วิรัช ถกิตินกุล (2538: 243) ให้นิยาม การวางแผน คือ “ขบวนการขั้นหนึ่งในการบริหารงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กำหนดไว้”

2. การกำหนดวัตถุประสงค์

การวางแผนการกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นไปอย่างมีเป้าหมายและสามารถบรรลุผลได้ตามที่ต้องการ ทั้งการให้ความรู้ความเข้าใจ การมีทัศนคติที่ดี การมีผลงานที่จับต้องได้ จนนำไปสู่การมีพฤติกรรมสนับสนุนในตัวของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

สอดคล้องกับแนวคิดของจิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 2534: 32-33 วัตถุประสงค์ของการวางแผน เพื่อเป็นการเตรียมการป้องกันการเสียหาย เป็นแนวทางในการควบคุมการทำงานให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมวิธีการเผชิญปัญหาอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย พบว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมาย โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารตามลักษณะวิชาชีพ เช่น กลุ่มเกษตรกร เป็นต้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารตามพื้นที่ เช่น เขตชุมชนเมือง และชนบท เป็นต้น และ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารที่เป็นผู้นำทางความคิด เช่น พระสงฆ์ หรือกลุ่มผู้นำทางสังคม เช่น ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือกลุ่มผู้นำทางการเมือง เช่น นักธุรกิจ พ่อค้า

ห้วคะแนน หรือแฟ้นคลับ เป็นต้น โดยสรุปเป้าหมายของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำเป็นต้องกำหนดให้ชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

4. การกำหนดสาร

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ การกำหนดสารในการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ เนื้อหาที่เป็นประวัติ ผลงาน วิถีชีวิต และคุณลักษณะส่วนตัวของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

5. การกำหนดสื่อ

จากการศึกษาพบว่า การกำหนดสื่อ ได้แก่ สื่อระหว่างบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ทั้งนี้พบว่าสื่อที่ใช้กันมากที่สุด คือ สื่อระหว่างบุคคล ในประเด็นของสื่อบุคคล เป็นการใช้ห้วคะแนน ทีมงานและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นสื่อที่มีการทำงานแบบเครือข่าย ส่วนสื่อมวลชนนั้นจะใช้ในกรณีที่มีความสำคัญ มีความเร่งด่วนและเพื่อให้ผู้รับสารจำนวนมากได้รับทราบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ

พัสนัย นุตาลัย (2540) เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองของชนชั้นกลาง พบว่า ชนชั้นกลางในมิติทางวัฒนธรรมจัดเป็นกลุ่มบุคคลที่มีศักยภาพทางการสื่อสาร โดยใช้ช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีอยู่ 5 รูปแบบ คือ การเป็นผู้รับสารอย่างเดียว การเป็นผู้รับสารอย่างเดียวพร้อมกับเป็นผู้ส่ง ในการสื่อสารระหว่างบุคคล การเป็นผู้รับสารอย่างเดียวพร้อมกับเป็นผู้ส่งในการสื่อสารระหว่างบุคคลและเป็นผู้ส่งสารในสื่อมวลชน การเป็นผู้รับสารอย่างเดียวพร้อมกับเป็นผู้ส่งในการสื่อสารระหว่างบุคคล และเป็นผู้ส่งสารแบบเครือข่าย และการใช้ทุกรูปแบบการสื่อสารร่วมกัน

6. การกำหนดงบประมาณ

การกำหนดงบประมาณมีความสำคัญเพื่อให้ผู้บริหารงานทราบว่าโครงการแต่ละโครงการมีประมาณการรายจ่ายเป็นเงินมากหรือน้อยอย่างไร และสามารถวางแผนการสนับสนุนงบประมาณสำหรับโครงการต่าง ๆ เป็นการล่วงหน้า นอกจากนี้ยังสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในกรอบที่ตั้งไว้ รวมถึงการใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และมีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์นั้น ๆ

สอดคล้องกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2538: 243) ขบวนการจัดการด้านงบประมาณในการวางแผน เพื่อให้การบริหารงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กำหนดไว้

7. การกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล

การกำหนดวิธีการติดตามประเมินผลที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพบว่า มีการติดตามประเมินผลอยู่เป็นระยะ ๆ ตลอด

ระยะเวลาที่ดำเนินงานทางด้านการเมือง เป็นการประเมินผลตามวิถีธรรมชาติ ซึ่งในการประเมินนั้น จะทำการประเมินจากการสัมผัสข้อมูลโดยตรง การลงพื้นที่ไปช่วยแก้ปัญหา การรับเรื่องร้องเรียน การไปร่วมงานกิจกรรมต่างๆ การพูดคุยกันภายในทีมงาน โดยใช้การประเมินผลการสื่อสารขณะ โครงการดำเนินอยู่และการประเมินผลลัพธ์การสื่อสารเมื่อการดำเนินงานเสร็จสิ้น เพื่อที่จะสามารถ คัดการณ์หรือประเมินสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยค้นพบ อาจกล่าวได้ว่าการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการวางแผนการประเมินสถานการณ์ของบุคคลและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยมีการวิเคราะห์จุดแข็ง การวิเคราะห์จุดอ่อน การวิเคราะห์ภาวะคุกคามที่เป็นอุปสรรค และการวิเคราะห์โอกาส ของทั้งตนเองและฝ่ายตรงข้าม เช่น การวิเคราะห์จุดแข็งหรือข้อดีของตนเองทั้งในด้านของภูมิหลัง ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน หน้าที่การงาน การเป็นตัวของตัวเอง ชื่อเสียงที่ดีของตนเอง และเกียรติภูมิของพรรค รวมทั้งการได้รับการยอมรับทางสังคม ในส่วนของการวิเคราะห์จุดแข็ง ของคู่ต่อสู้ทางการเมือง เช่น ความได้เปรียบทางด้านทุนสนับสนุนของพรรคการเมือง ความ ได้เปรียบในด้านการอภิปราย ความได้เปรียบในด้านการใช้นโยบายประชานิยม รวมทั้งความ แข็งแกร่งและความจงรักภักดียึดมั่นในพรรค และความได้เปรียบของสมาชิกที่หลากหลายและมี จำนวนมาก เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์จุดอ่อน มีการวิเคราะห์จุดอ่อนทั้งของตนเองและของคู่ ต่อสู้ทางการเมือง เช่น ในด้านเงินสนับสนุน นโยบายพรรค และความเป็นตัวของตัวเองหรือความ เป็นอิสระในพรรค เป็นต้น ด้านการวิเคราะห์ภาวะคุกคามที่เป็นอุปสรรค โดยการประเมินปัจจัย ภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งในด้านการใช้อำนาจรัฐ เช่น “รัฐบาลมักใช้อำนาจในการบีบบังคับให้เจ้าหน้าที่ของรัฐช่วยเหลือแต่ ส.ส. ฝ่ายรัฐบาล” และใน ด้านสภาพทางเศรษฐกิจ เช่น ปัญหาด้านเศรษฐกิจประเภทสินค้าเกษตรตกต่ำ เป็นต้น สำหรับการ วิเคราะห์โอกาส โดยการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่สภาพนั้น ๆ เป็นโอกาสหรือสนับสนุนแก่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ทั้งในด้านความได้เปรียบในโอกาสที่อยู่ใน ฝ่ายบริหาร เช่น “ช่วยเร่งประสานงานให้รัฐบาลริบช่วยเหลือเพราะเราสนับสนุนฝ่ายบริหารอยู่แล้ว เมื่อแก้ปัญหาเรียบร้อยชาวบ้านเขาก็มาขอบคุณเรา” หรือใช้โอกาสงานบุญประเพณีเพื่อร่วม กิจกรรมทางสังคม และการได้ประโยชน์หรือได้ข่าวสารจากคนใกล้ชิด เช่น “น้องชายผมเป็น ส.ส. อยู่ ถ้าก็จะรู้ข้อมูลข่าวสาร ผมก็จะติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อในการแก้ไขรัฐธรรมนูญ” รวมทั้ง การประเมินสถานการณ์บ้านเมือง เช่น “บางทีมันมีประเด็น เราก็ต้องดูว่าประเด็นไหนควรที่จะ เสนอความเห็นหรือประเด็นไหนที่ไม่ควรเสนอ” เป็นต้น

ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการกำหนดวัตถุประสงค์ 2 ลักษณะคือ วัตถุประสงค์ที่เน้นถึงผลกระทบ และวัตถุประสงค์ที่เน้นผลลัพธ์

โดยวัตถุประสงค์ที่เน้นถึงผลกระทบ แบ่งออกเป็น

- 1) วัตถุประสงค์เชิงข่าวสาร โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้รับความรู้ ความเข้าใจ และการจดจำข้อมูลต่าง ๆ
- 2) วัตถุประสงค์เชิงทัศนคติ โดยเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มเป้าหมายหรือการสร้างทัศนคติเชิงบวกในใจของกลุ่มเป้าหมาย
- 3) วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม โดยสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตามที่ได้คาดหวังไว้

สำหรับวัตถุประสงค์ที่เน้นผลลัพธ์ จะมีความชัดเจน มีความเฉพาะเจาะจง และสามารถนับเป็นจำนวนได้ เช่น “เรื่องน้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี งานประเพณีนี้ทำแล้วอยู่ได้นาน มันสัมผัสได้และประชาชนมีความสุขสบายมากขึ้น” เป็นต้น

ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สามารถกำหนดได้เป็น 3 แบบคือ

- 1) กลุ่มเป้าหมายตามลักษณะวิชาชีพ เช่น กลุ่มเกษตรกร ชาวไร่ ชาวนา กลุ่มอาสาสมัคร กลุ่มราชการและครูอาจารย์ กลุ่มนิสิตนักศึกษา นักเรียน กลุ่มองค์กรเอกชน กลุ่มธุรกิจเอกชน เป็นต้น
- 2) กลุ่มเป้าหมายตามพื้นที่ เช่น กลุ่มเป้าหมายในเขตชุมชนเมือง และเขตชนบท
- 3) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้นำ เช่น กลุ่มผู้นำทางความคิด กลุ่มผู้นำทางสังคม และกลุ่มผู้นำทางการสนับสนุนทางด้านปัจจัยต่าง ๆ เป็นต้น

โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องกำหนดให้ชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งต้องคำนึงถึงพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มแล้วนำมาวิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ นั้นมีความต้องการอะไร และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มได้อย่างไร

ด้านการกำหนดสารในการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีเป้าหมายเพื่อต้องการให้ประชาชนหรือผู้รับสารได้รู้จักตัวตนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และต้องการให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ รวมทั้งต้องการให้เห็นความสามารถของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยใช้การประเมินและการตัดสินใจเองจากเหตุและผลที่ได้รับ รวมทั้ง

ก่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวก โดยใช้ผลงานที่ประชาชนสามารถสัมผัสได้โดยตรงมานำเสนอ โดยสามารถแบ่งเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

1) ประวัติส่วนตัว เช่น พื้นฐานทางครอบครัวที่ยากจน “เป็นลูกชานา” การศึกษา “เคยเป็นเด็กวัด” พื้นฐานทางครอบครัว “เป็นนักการเมือง เป็นข้าราชการ”

2) ผลงานที่ได้ทำ เช่น ผลงานส่วนตัว “ถนนหนทางหรือโครงการต่าง ๆ ที่คุณพ่อได้ทำไว้ที่สุพรรณ มันก็เป็นสิ่งที่ชาวบ้านทุก ๆ คนก็พูดถึงกันอยู่ตลอดนะ” ผลงานด้านการศึกษาคูงาน ทัศนศึกษา ผลงานด้านการบริการสังคม และผลงานด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น สำหรับผลงานของพรรค ทั้งด้านเศรษฐกิจ “กองทุนหมู่บ้าน โครงการ SML” ด้านการศึกษา เช่น “โครงการเขียนเรียงความ หรือ 1 อำเภอ 1 ทู่น” ด้านสวัสดิการและสาธารณสุข เช่น “โครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค” ด้านสังคม และด้านการเมือง เป็นต้น

3) วิถีชีวิตและการเข้าถึงของประชาชน เช่น “ชาวบ้านมีงานวัดบ้าง งานศพบ้าง หรืองานบุญเราก็ไปร่วมงานกับเขา”

4) คุณลักษณะส่วนตัวของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เช่น ความเป็นอยู่เรียบง่าย และติดดิน เป็นกันเอง มีใจรักบริการ เป็นที่พึ่งให้คนอื่นได้ มีความขยันหมั่นเพียร ขยันลงพื้นที่ มีใจใฝ่ศึกษา รักาศิลและจริยธรรม มีความอดทนอดกลั้น รวมทั้งการทุ่มเทเสียสละ และมีความตรงไปตรงมา เป็นต้น

ด้านการกำหนดสื่อในการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีเป้าหมาย คือ ให้ประชาชนสามารถมีช่องทางในการรับข่าวสารให้ได้มากที่สุด เร็วที่สุด ง่ายที่สุด และเข้าใจได้ เท่าที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีช่องทางอยู่ และประชาชนมีช่องทางในการรับได้ เช่นเดียวกัน โดยสื่อที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้นั้นมี 3 อย่างคือ

1) สื่อระหว่างบุคคล เช่น ต้องมีทีมงาน หัวคะแนน การปราศรัยต่อสาธารณะชน การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ การพบปะรับฟังปัญหาของประชาชน

2) สื่อเฉพาะกิจ เช่น การใช้ป้ายผ้า คัดเอาท์ การจัดแถลงข่าว การจัดรถแห่กระจายเสียง

3) สื่อมวลชน เช่น สื่อนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น เป็นต้น

ด้านการกำหนดงบประมาณในการวางแผนในการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานในด้านต่างๆ และจะต้องกำหนดงบประมาณให้สามารถดำเนินงานและบริหารจัดการภายในอยู่ได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะงบประมาณในการบริหารจัดการรายเดือน และจะต้องมีงบประมาณเตรียมพร้อมไว้อีกส่วนหนึ่งสำหรับกรณีฉุกเฉินที่มีความจำเป็นต้องใช้เงิน

ด้านการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผลของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พบว่า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้ทำการประเมินผลอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ทำงานการเมือง เป็นการประเมินควบคู่ไปกับการทำงานและประเมินในขณะที่ได้ปฏิบัติงานจริง

ตอนที่ 2 การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานการกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรประกอบด้วย การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การ ประสานงาน การควบคุม และเทคโนโลยี ซึ่งอาศัยหลักการจัดการองค์การ ตามส่วนประกอบของ องค์การทั้งในด้าน โครงสร้างองค์การ บุคลากร เทคโนโลยีสารสนเทศ การอำนวยการ และการ ประสานงานตามหลัก POSDCORB ซึ่ง Gulick (1963: 24-25) ได้เสนอแนวคิดหน้าที่การบริหารที่ เรียกว่า POSDCORB ซึ่งได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารไว้ 7 ขั้นตอนด้วยกัน คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งในการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ได้ใช้ การจัด โครงสร้างองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ การประสานงาน การควบคุม และเทคโนโลยี

ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวพร วิสุทธิศิริ (2543) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อ การณรงค์และเผยแพร่ข่าวสารการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ที่พบว่า ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับลักษณะดำเนินงานการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารประกอบด้วย งบประมาณ กลไกการบริหาร การประสานร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มราชการ กลุ่มประชาคม องค์กรเอกชน และอาสาสมัคร

1. การจัดองค์การ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การจัดองค์การที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ใช้ใน กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การจัดองค์การแบบเป็นทางการ และ การจัดองค์การแบบไม่เป็นทางการ องค์การแบบเป็นทางการเป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้นอย่างมีแบบ แผนและขอบเขตที่ชัดเจน มีการจัด โครงสร้างขององค์การตามหน้าที่ หรือบทบาทในการ ปฏิบัติงาน และในการจัดองค์การนั้น โครงสร้างจะอยู่ในลักษณะแนวราบ โดยในแนวตั้งนั้นจะมีอยู่ เพียงแค่ 2 ระดับเท่านั้นคือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กับทีมปฏิบัติงาน องค์การไม่เป็นทางการหรือ องค์การเสมือน เป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้นอย่างหลวมๆ มีการรวมตัวเป็นช่วงๆ บุคคลที่รวมตัวมี ผลประโยชน์ร่วมกัน รวมตัวกันแล้วแยกย้ายกันทำงาน มีลักษณะการทำงานเป็นเครือข่าย ทุกๆ คน จะอยู่ในพื้นที่ของตนเอง ใช้สถานที่หรือที่พักของตนเองเป็นที่ทำงาน เมื่อมีการนัดหมายแล้วจึง

จะมีการรวมตัวกัน สมาชิกในเครือข่ายจะขึ้นตรงต่อสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ลักษณะของเครือข่ายจะเหมือนกับแชร์ลูกโซ่ เป็นการเชื่อมต่อเครือข่ายให้เข้าไปหาประชาชน

ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งชนิดองค์การของ มัลลิกา ต้นสอน (2544: 114-115) และ สมพร เฟื่องจันทร์ (2547: 139-140) ที่ได้แบ่งตามลักษณะของการจัดตั้งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ องค์การแบบเป็นทางการ (Formal Organization) ซึ่งมีการจัดโครงสร้างขององค์การตามหน้าที่ หรือ บทบาทในการปฏิบัติงาน และองค์การแบบไม่เป็นทางการ (Informal Organization) ซึ่งเป็นการรวมตัวของกลุ่มบุคคล เพื่อทำกิจกรรมหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันทั้งภายในระบบและต่อสภาพแวดล้อม โดยปราศจากจุดประสงค์ที่เป็นทางการ การจัดโครงสร้างองค์การ และการกระจายงานอย่างชัดเจน

2. การดำเนินการด้านการจัดคนเข้าทำงาน

เป็นการสรรหาและคัดเลือกกำลังคน ในระดับแกนนำและระดับปฏิบัติการที่ใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ โดยแบ่งตามระดับความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และการชักชวนผู้ที่มีแนวคิดหรืออุดมการณ์เดียวกัน มีมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนต้องมีความจริงใจซึ่งกันและกัน ไว้วางใจกัน

สอดคล้องกับ พะยอม วงศ์สารศรี (2534: 153) ที่กล่าวว่า การบริหารงานบุคคล เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่างๆ พิจารณามูลค่าที่อยู่ในสังคม เพื่อดำเนินการพิจารณาสรรหาคัดเลือกและบรรจุบุคคล ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาอยู่ในองค์การ และขณะที่บุคคลเข้ามาปฏิบัติงานในองค์การ ได้มีการจัดกิจกรรมพัฒนาความรู้ ให้ความรู้ที่คัดเลือกเข้ามาเพิ่มพูนความรู้ความสามารถมีสุขภาพ ทั้งนี้ยังพบว่า มีการจัดคนเข้าทำงานตามการชักชวนผู้ที่มีแนวคิด อุดมการณ์ร่วมกัน ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

3. การอำนวยการ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การอำนวยการที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ จะต้องเน้นทางด้านจิตใจเข้าใจผู้ปฏิบัติงาน ผู้อำนวยการต้องเป็นต้นแบบที่ดีให้กับผู้ร่วมงาน ทำงานเป็นทีม และจะต้องมีความเป็นอิสระในการทำงาน

สอดคล้องกับองค์ประกอบของการอำนวยการในการสั่งหรือการอำนวยการ ที่ จุมพล พนิมพานิช (2523: 159 – 212) ได้ให้แนวคิดไว้ คือ ความเป็นผู้นำเป็นกระบวนการของการสั่งการ และการใช้อิทธิพลต่อกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกของกลุ่มในองค์กร การที่ผู้ได้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานปฏิบัติตามคำสั่งของผู้หน้านั้นเพราะยอมรับในอำนาจ และมีความสามารถในการจูงใจ การจูงใจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการสั่งการหรือการอำนวยการ เพราะผู้บริหารต้องทำงาน

เกี่ยวข้องกับบุคลากร ส่งเสริมหรือมอบหมายงานให้บุคลากรปฏิบัติงาน จึงจำเป็นต้องใช้การจูงใจ หรือการกระตุ้นให้บุคลากรอยากจะทำงาน

4. การประสานงาน

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การประสานงานที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร เป็นการประสานงานระหว่างหัวหน้างานกับผู้ปฏิบัติ การประสานงานภายนอกองค์กร เป็นการประสานงานระหว่างทีมงานและสมาชิกสภาผู้แทนกับประชาชน เพื่อให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อ องค์กร หน่วยงาน และประชาชนทั่วไป ที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน

ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งการประสานงานของ ศิริอร ชันธหัตถ์ (2544: 156) แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การประสานงานใน โดยผู้บริหารหรือผู้จัดการต้องดำเนินการเองหรืออาจมอบผู้รับผิดชอบดำเนินการแทนก็ได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และการประสานงานนอกแบบ ดังได้กล่าวแล้วว่าภารกิจในการประสานงานมีมากมาย เช่น การประสานนโยบาย ประสานใจ ประสานแผน ประสานงานที่รับผิดชอบ ประสานคน และประสานทรัพยากร สำหรับรูปแบบการประสานงานที่จะได้ผล ดังนั้น จำเป็นต้องใช้การประสานงานนอกแบบซึ่งเป็นกิจกรรมที่ไม่มีในรูปแบบที่แน่นอน อาจจัดทำได้ในกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้การประสานงานสำเร็จด้วยดี

5. การควบคุม

การควบคุมที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ การควบคุมกระบวนการทำงานโดยการอาศัยข้อมูลจากการวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์จากการทำงานในการมาช่วยควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

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

6. การดำเนินการด้านการจัดเทคโนโลยี

เป็นการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็วมากขึ้น จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ในส่วนของการจัดเก็บข้อมูล เพื่อช่วยในการบริหารทีมงาน การเก็บข้อมูลการช่วยเหลือประชาชน การเก็บสถิติต่างๆ ภายในของตนเอง

สอดคล้องกับ ธรรมเนียม โรจนะบุรานนท์ (2531: 170) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยี เป็น ความรู้วิชาการรวมกับความรู้วิธีการ และความชำนาญที่สามารถนำไปปฏิบัติการให้มี ประสิทธิภาพสูง โดยปกติเทคโนโลยีนั้นมีความรู้วิทยาศาสตร์รวมอยู่ด้วย นั่นคือวิทยาศาสตร์เป็น ความรู้ เทคโนโลยีเป็นการนำความรู้ไปใช้ในทางปฏิบัติ จึงมักนิยมใช้สองคำด้วยกัน คือ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเน้นให้เข้าใจว่า ทั้งสองอย่างนี้ต้องควบคู่กันไปจึงจะมี ประสิทธิภาพสูง

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยค้นพบ อาจกล่าวได้ว่าการดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทาง การเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการจัดโครงสร้างองค์การเป็นการจัด โครงสร้างแบบ ผสมผสาน มีทั้งแบบเป็นทางการ และแบบที่ไม่เป็นทางการ โดยมีระดับการควบคุมแค่สองระดับ และมีลักษณะเป็นแบบแนวราบ เช่น “มีผู้อำนวยการศูนย์ มีพนักงาน แต่ทุกคนสามารถพูดคุยกับผม ได้” ส่วนองค์การที่ไม่เป็นทางการจะเป็นอิสระ ไม่อยู่ภายใต้องค์การที่เป็นทางการ และทำงานใน ลักษณะที่เป็นเครือข่ายเชื่อมต่อกันไป เช่น “ถึงเวลาจะทำงานก็มาร่วมปรึกษากัน หลังจากนั้นก็แยก ย้ายทำงานบ้านใครบ้านมัน” เป็นต้น

ด้านการดำเนินการด้านการจัดคนเข้าทำงาน เป็นการสรรหาและคัดเลือกกำลังคน ในระดับแกนนำและระดับปฏิบัติการที่ใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ โดยแบ่งออกเป็นการจัด ตามความรู้ความสามารถ เช่น “เราต้องใช้งานคนให้ถูกนะ ว่าคนนี้นั่นทำอะไร ทำอะไรได้” และกับผู้ที่ มีแนวคิดหรืออุดมการณ์เดียวกัน เช่น “คนที่รักเราชอบเรา ต้องมีจิตใจกับเราก่อน ไม่อย่างนั้นจะ ไม่ทำงานให้เรา”

ด้านการอำนวยการ จะเน้นความมีอิสระทั้งของผู้อำนวยการและเจ้าหน้าที่ทั่วไป การอำนวยการจะเอาใจใส่ในด้านจิตใจและความรู้สึกเป็นหลัก เพราะทีมงานที่มาทำงานนั้นส่วน ใหญ่เป็นคนที่รู้จักกัน ชอบพอกันอยู่เป็นการส่วนตัว เช่น “เราเองต้องดูแลทุกๆ คน ตัวเราต้องเป็น ดันแบบที่ดี และใช้ความเข้าใจกันนะ” เป็นต้น

ด้านการประสานงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในการดำเนินงานเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น

- 1) การประสานงานภายใน เช่น “ก็ประสานงานกันได้โดยตรงเลยสำหรับทีมงาน เขาก็มีเบอร์เราอยู่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา”
- 2) การประสานงานภายนอก เช่น “ให้เจ้าหน้าที่เลขาส่วนตัว คอยประสานงานให้ เขาจะรู้ว่าทีมงานอะไรที่ไหนอย่างไร เขาก็จะคอยจัดการให้เรา”

ซึ่งการประสานงานทั้งสองด้านนั้น มีความสำคัญทั้งคู่ ทำให้การประสานงานนั้นมีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ด้านการควบคุมที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรใช้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ได้แก่ การควบคุมคุณภาพการทำงานของทีมงาน โดยใช้กระบวนการประเมินผลทางการวิจัย และการสังเกตเชิงประจักษ์ มาช่วยในการควบคุมการทำงาน โดยแบ่งเป็น

1) การควบคุมจากข้อมูลการวิจัย เช่น “ใช้โพลของพรรค ทางพรรคเขาคอยทำให้ อยู่ตลอด ชั่งในช่วงเลือกตั้งนะ ทำเกือบทุกอาทิตย์”

2) การควบคุมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ เช่น “เวลาเราไปพบชาวบ้าน เราดูก็รู้ว่าเขารู้สึกอย่างไรกับเรา”

3) การควบคุมโดยหลักธรรม เช่น “ใช้หลักธรรมะ ไม่ว่าจะเป็นหลักขันติธรรม หรือหลักเมตตาธรรมในการช่วยควบคุมการทำงาน”

ด้านเทคโนโลยีนั้น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบวนการสร้างภาพลักษณ์ ในส่วนของการจัดเก็บข้อมูล เพื่อช่วยในการบริหารทีมงาน การเก็บข้อมูลการช่วยเหลือประชาชน การเก็บสถิติต่างๆ ภายในของตนเอง เช่น “ทางพรรคเขาจะมีข้อมูลพวกนี้ให้เรา พอถึงเวลาจะใช้ก็สามารถที่จะขอมมาได้เลย”

ตอนที่ 3 การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

จากการศึกษา การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ในการติดตามการทำงานเพื่อนำข้อบกพร่องต่างๆ ที่ได้พบมาแก้ไข เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ทั้งการประเมินด้าน การประเมินการรับรู้ ที่ประชาชนเข้าใจต่อตัวสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การประเมินสื่อ โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่เป็นสื่อที่สัมผัสใกล้ชิดกับชาวบ้านมาก การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่เป็นผลงานที่เป็นรูปธรรม และการประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาส โดยผลจากการประเมินทั้ง 3 ด้านสามารถนำมาประมวลผลและประเมินออกมาว่าผลงานที่มีอยู่สามารถนำมาขยายผลเป็นผลงานต่อเนื่อง ทั้งการนำผลงานที่เคยทำมาแล้ว มาต่อยอดเพิ่มเข้าไปอีก เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และจดจำได้มากยิ่งขึ้น

ธนวดี บุญลือ (2548) ที่กล่าวว่าการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และแปลข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ การดำเนินงานและผลของแผนหรือโครงการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ มีประโยชน์เพื่อการวินิจฉัยคุณค่าของแผนหรือโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อการปรับปรุงเมื่อต้องการดำเนินโครงการต่อหรือขยายโครงการ หรือเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนโครงการใหม่ การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ทำให้ทราบว่าได้มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อยู่อย่างถูกต้องเพียงใด และมีการดำเนินงานไปในทิศทางที่วางไว้เพียงใด การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์มีวิธีการประเมินที่หลากหลาย การประเมินผลประเภทหนึ่งอาจ

ใช้วิธีการประเมินวิธีเดียวหรือหลาย ๆ วิธีรวมกัน ซึ่งวิธีการประเมินผลอาจแบ่งตามลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้อง คือ การประเมินเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการประเมิน

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยค้นพบ อาจกล่าวได้ว่าการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การประเมินผลนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1) การประเมินการรับรู้ เช่น “นโยบายของพรรคเราคืออะไร ชาวบ้านพูดเป็นเสียงเดียวกันหมด” หรือ “เรื่องน้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี งานประเพณี ทำแล้วอยู่ได้นาน มันสัมผัสได้ ชาวบ้านเขาก็พอใจ”

2) การประเมินสื่อ เช่น “ประเมินจากเวลาเราเดินเข้าไปในสังคมประชาชนเข้ามาจับไม้จับมือมาแสดงความยินดี หรือแสดงสีหน้ารังเกียจ ซึ่งเรสัมผัสอยู่ตลอดเวลา”

3) การประเมินการทำหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เช่น “ต้องอยู่ในตำแหน่งนี้แหละมันถึงจะทำอะไรให้กับชาวบ้านได้ อยู่ในตำแหน่งดีกว่ามันเห็นเป็นรูปธรรม แต่ก่อนเขาวิ่งถนนขับมอเตอร์ไซด์ ถนนเขาเป็นลูกรังเขาลำบาก เราก็ลาดยางให้มันมองเห็นเป็นรูปธรรม”

4) การประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาส เช่น “ผลงานทำมาคืออยู่แล้ว ชาวบ้านเขาก็รับรู้อยู่แล้ว เราก็ทำต่อเนื่องไป และก็ใช้งานเก่าเป็นพื้นฐานในการที่จะช่วยประชาชนต่อไป หรือการคิดโครงการใหม่ๆ ต่อไป”

ทั้งนี้ จะเน้น การประเมินผลเป็นช่วงๆ ตลอดระยะเวลาที่ทำงานการเมือง และใช้การประเมินผลเชิงประจักษ์กับการประเมินผลแบบวิจัยควบคู่กันไป ผู้ประเมินจะอาศัยข้อมูลจากการพบปะพูดคุยกับชาวบ้านถึงผลงานที่ผ่านมาทั้งของตนเองและของพรรคที่สังกัดอยู่ว่าชาวบ้านรับรู้ถึงผลงานต่างๆ หรือไม่ และนำผลงานต่างๆ ที่ได้ทำมานำไปสู่การประเมินเพื่อหาหนทางที่จะสร้างผลงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งผลต่อภาพลักษณ์ต่อไป ทั้งยังต้องประเมินสื่อที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลอยู่อย่างต่อเนื่องเพื่อไม่ให้ไปสนับสนุนบุคคลอื่นๆ อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง และการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ และมีขั้นตอนที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาที่ดำเนินงานทางการเมือง เพื่อให้กระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

3.1.1 พรรคการเมืองทุกพรรคการเมือง ควรกำหนดเป็นนโยบายในการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในสังกัด โดยเน้นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของแต่ละสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในแต่ละพื้นที่ โดยมีการปรับปรุง การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ทุก ๆ 3 เดือน เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและ สอดคล้องต่อสถานการณ์ทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป

3.1.2 พรรคการเมืองทุกพรรคการเมือง ควรกำหนดเป็นนโยบายในการดำเนินการ การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในสังกัด โดยเน้นถึงการจัดการ การประสานงาน และการใช้เทคโนโลยี ของแต่ละสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในแต่ละพื้นที่ โดยมี การปรับปรุงการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง ทุก ๆ 3 เดือน เพื่อให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้นและสอดคล้องต่อสถานการณ์ทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป

3.1.3 พรรคการเมืองทุกพรรคการเมือง ควรกำหนดเป็นนโยบายในการ ประเมินผลภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในสังกัด ทุก ๆ ปี รวมทั้งนำผลการประเมินมา รายงานสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประชาชน และสื่อมวลชน เพื่อการปรับปรุงภาพลักษณ์และการ รักษาภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่องต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

3.2.1 สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ควรมีการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทาง การเมือง โดยใช้ การนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบสาร ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในพื้นที่ นั้น เพื่อให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ เพื่อต้องการให้เห็นความสามารถ เพื่อต้องการให้ได้ประเมิน และตัดสินใจเองจากเหตุผลที่ได้รับ และเพื่อต้องการให้มีทัศนคติเชิงบวก

3.2.2 สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ควรมีการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ทาง การเมือง โดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในพื้นที่นั้น ให้มากที่สุด เช่น ให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลที่เป็นหัวคะแนนที่มีการทำงานแบบเครือข่าย รวมทั้งให้ ให้ความสำคัญกับสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิว แผ่นพับ สติกเกอร์ คัดเอาท์ โปสเตอร์ ป้ายผ้า เป็นต้น

3.2.3 สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ควรมีการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ทำงานทางการเมือง ทั้งนี้ ต้องประเมินผลทั้งจากประชาชนในพื้นที่นั้น รวมทั้งจากในพรรคการเมืองที่สังกัด และประชาชนโดยทั่วไป

3.3 ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ

3.3.1 การวิจัยในครั้งต่อไป ควรใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ติดตามใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่าง เก็บรวบรวมรายละเอียดทั้งในรูปแบบของการดำเนินชีวิตประจำวัน การปฏิบัติหน้าที่ และการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างน้อยเป็นเวลา 1 ปี เพื่อเรียนรู้ถึงข้อมูลและสามารถวิเคราะห์ในเชิงลึกของกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

3.3.2 ควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับเลือกตั้งอย่างน้อยอยู่ในช่วง 3 - 5 สมัย ติดต่อกัน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์และสามารถวิเคราะห์ในเชิงลึกของกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร