

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น” ประกอบด้วยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method approach) ระหว่างระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากกลุ่มประชากรจำนวน 3 กลุ่ม คือ 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) นายกเทศมนตรี 3) นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ผสมผสานกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการแจกแบบสอบถามแก่ประชาชนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล

ผลการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยโดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์การศึกษา พร้อมอธิบายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 : ผลการวิจัยลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม

ในส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม มีการนำเสนอผลการวิจัย 1) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม มีรายละเอียดคือ ภูมิหลัง ประกอบด้วยประวัติที่ดี ความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพที่ดี ทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วยทักษะทางการเจรจา ทักษะการอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย ทักษะการทำให้ผู้ฟังจดจำ และทักษะการโน้มน้าวใจคน ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ความเป็นผู้นำทางการเมือง ประกอบด้วย การปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมายและจริยธรรม การเปิดเผยการกระทำต่อสาธารณะ การทำงานเพื่อส่วนรวมและการรับฟังเรื่องราวของประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม 2) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ศึกษาเรื่องการจดจำลักษณะของผู้นำ

ทางการเมืองท้องถิ่น การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในส่วนของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม มีรายละเอียดคือ ภูมิหลัง ประกอบด้วยประวัติที่ดี ความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพที่ดี ทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วยทักษะทางการเจรจา ทักษะการอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย ทักษะการทำให้ผู้ฟังจดจำ และทักษะการโน้มน้าวใจคน ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ความเป็นผู้นำทางการเมือง ประกอบด้วยการปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมายและจริยธรรม การเปิดเผย การกระทำต่อสาธารณะ การทำงานเพื่อส่วนรวมและการรับฟังเรื่องราวของประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ภูมิหลัง ประกอบด้วยประวัติที่ดี ความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพที่ดี ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า

1.1.1 ประวัติที่ดี ประกอบด้วยประวัติการศึกษาและการทำงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นสำเร็จการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงระดับปริญญาเอก ซึ่งทำให้เห็นว่า ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นนั้นมีการศึกษาขั้นต่ำอยู่ที่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท และระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาเอก ทั้งหมดมีประวัติการทำงานการเมืองทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น ส่วนใหญ่ก่อนเข้าสู่การทำงานการเมืองนั้นทำงานในภาคเอกชน ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่าส่วนใหญ่นั้นผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะมีสมาชิกของครอบครัวเป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองตั้งแต่ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา ประวัติในการพัฒนาช่วยเหลือสังคมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า เน้นการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่อง การประพฤติปฏิบัติตนที่เป็นแบบอย่างที่ดีของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นกลุ่มให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ เมื่อพูดไปแล้วต้องทำให้ได้ การสร้างความเป็นกันเองกับประชาชนในพื้นที่ การนำนโยบายมาสู่การปฏิบัติที่สามารถเห็นเป็นรูปธรรม การปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

การไม่เป็นศัตรูกับใคร ทำให้ทุกคนมาเป็นพรรคพวกเดียวกัน การดูแลประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและมีความเท่าเทียมกัน ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา สมาชิกสภาจังหวัดระยอง และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดระยอง มีประชาชนมาขอความช่วยเหลืออะไรที่เราทำได้เราก็กทำให้ เป็นเหมือนที่พึ่งของประชาชน ทำงานเน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก เราปฏิบัติกับทุกคนเหมือนกันเท่ากัน ไม่เหลื่อมล้ำถือว่าทุกคนคือพวกของเราหมด เราต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดร้อยเอ็ด เจ้าของธุรกิจยานยนต์นักการเมืองมีพื้นฐานจากการช่วยเหลือ การบริการประชาชน การบริการสาธารณะ ทำงานโดนเน้นประโยชน์ของชาวบ้าน พูดแล้วทำจริง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สมาชิกสภาจังหวัดเชียงราย เจ้าของธุรกิจโรงพยาบาลนคร มีการช่วยเหลืองานสังคมทุกครั้งที่มีโอกาส การกระทำของเราเป็นการสะท้อนสิ่งที่เป็นตัวเราที่เป็นแบบอย่างที่ดี...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดสงขลา การช่วยโดยเป็นนิสัยไม่ใช่เพราะอยากจะได้คะแนน มันต้องเป็นนิสัยของเราด้วย การนำเอานโยบายที่เคยพูดไปทำให้สำเร็จให้ได้...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าของธุรกิจเสริมสวย ส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมช่วยเหลือประชาชนผ่านในโอกาสต่างๆ เน้นเรื่องการทำบุญ พูดความจริง ทำผลงานให้เห็น พูดแล้วทำจริง...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิชาชีพครู สมาชิกสภาเทศบาล ข้าราชการครู การที่ทำงานเป็นครูในพื้นที่มานานก็มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมมาตลอด ความจริงใจเป็นคนตรง ไม่ยึดถือตัวบุคคล แต่ยึดถือที่ความถูกต้องเป็นหลัก...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ค้าขาย การนำพ่อแม่พี่น้องซื้อที่ดินทำวัดและการมีจิตอาสา พูดจริง ทำจริง พูดแล้วสามารถทำได้อย่างที่พูด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล พนักงานเอกชนวิศกร มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมมาตลอด การดูแลทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล รับเหมาก่อสร้าง ตั้งแต่อายุ 10 กว่า ก็ได้ช่วยงานชุมชนมาโดยตลอด ช่วยชาวบ้านและชาวบ้านก็มองเห็น ไม่มีพิธีรีตอง ทำตัวไม่แยกตัวออกจากชาวบ้าน เวลาอยู่กับชาวบ้านก็จะไม่ทิ้งใคร เวลาว่างก็จะกลับเป็นคนสุดท้าย สิ่งที่ทำให้อยู่ถึงทุกวันนี้คือการเป็นกันเอง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...สำเร็จการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เลขานุการสภาองค์การบริหารส่วนตำบล สื่อมวลชน การทำกิจกรรมและไปทำจิตอาสา ไปช่วยกิจกรรมชุมชน ถ้าเราไปปรับปากชาวบ้านจะต้องทำให้ได้ แต่ถ้าทำไม่ได้ผมจะไม่รับปาก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.2 ความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยการกระทำที่คิดว่าเป็นความรับผิดชอบที่สำคัญที่สุดของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า เน้นการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและริบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะในด้านของโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา คุณภาพชีวิต และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สิ่งสำคัญในการประกอบการตัดสินใจสิ่งสำคัญที่สุดของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ประชาชนในพื้นที่ การตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ สิ่งที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในพื้นที่ เน้นการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานที่สามารถทำได้หากทำไม่ได้ก็จะเป็นตัวกลางในการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน วิธีการในการทำให้ประชาชนเชื่อมั่นของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

หลักให้ข้อมูลว่า เน้นการช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง ความเป็นกันเอง การทำเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่ มีการพูดถึงผลงานที่เคยทำมาซึ่งเป็นการทำมาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอโดยไม่เลือกปฏิบัติกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ กับประชาชนในพื้นที่ที่จะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งที่พูดนำมาสู่การกระทำแบบเห็นผลแบบเป็นรูปธรรม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...การแก้ปัญหาให้กับชาวบ้าน การพัฒนาคุณภาพชีวิตคนและการศึกษา เน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก ทำโดยหน้าที่แบบที่ไม่ต้องมีเทคนิคอะไร ไม่ต้องจดไว้ว่าเคยช่วยใคร จำไม่ได้ด้วยซ้ำว่าเคยช่วยใคร...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การแก้ปัญหาทางด้านการเกษตร เรื่องน้ำไม่มี เรื่องบ่อบาดาล เรื่องชุดสระ กองทุนฟื้นฟูช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ทำงาน โคนเน้นประโยชน์ของชาวบ้าน ทำงาน โคนเน้นประโยชน์ของชาวบ้าน พูดแล้วทำจริง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...การพัฒนาโรงเรียนของเทศบาล และการแก้ปัญหาให้กับชาวบ้าน การทำให้เมืองเราเป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน เศรษฐกิจที่ดี สังคมที่ดี สิ่งแวดล้อมที่ดี กล้าคิดในเรื่องที่ดี มีวิสัยทัศน์ที่ดี และทำได้จริง...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การนำสายฟ้าลงดิน การแก้ปัญหาน้ำท่วม การพัฒนานครหาดใหญ่ให้เป็นเมืองสวัสดิการ เราต้องตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม และบางกลุ่มมีความแตกต่างกันด้านศาสนา กลุ่มด้านความเชื่อ กลุ่มด้านเพศ อายุ กลุ่มอาชีพ แม้กระทั่งวัย มันต้องมีทุกส่วนประกอบกัน การนำเอานโยบายที่เคยพูดไปทำให้สำเร็จให้ได้...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...การพัฒนาคุณภาพชีวิตคนและการศึกษา เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนและการศึกษาให้กับประชาชน พูดความจริง ทำผลงานให้เห็น พูดแล้วทำจริง...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...นโยบายผู้สูงอายุ นโยบายผันน้ำจากอ่างที่อยู่ไกล 5 กิโลเมตรมาใช้ในการชุมชน และการบริหารให้การประปาของเทศบาลมีกำไร นโยบายที่เน้นการพัฒนาให้กับประชาชน พูดความจริง และมีความจริงใจ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การนำพ่อแม่พี่น้องซื้อที่ดินทำวัด การแก้ปัญหาน้ำล้นบ่อบ้านเต่า และการแก้ปัญหาน้ำท่วม การแก้ปัญหาลูกชาวนบ้าน พุดจริง ทำจริง พุดแล้วสามารถทำได้ อย่างที่พุด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...การติดไฟถนนหลังบ้าน ถนน ไฟฟ้า ประปา การศึกษา การพัฒนาคุณภาพชีวิต คน ต้องตอบโจทย์ความต้องการของประชาชน การดูแลทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...เราเน้นการสร้างคน ใครที่เข้ามาร้องทุกข์เราต้องแก้ปัญหให้ได้ คนในหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน ประชุมกันว่าอยากทำอะไรต้องการอะไร ความเป็นกันเอง เป็นคนง่าย ๆ ทำตัวไม่แยกตัวออกจากชาวบ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเรื่องของคุณภาพชีวิต เริ่มจากสิ่งที่ชาวบ้าน ต้องการก่อน มีผลงานที่ประจักษ์ที่ทำให้ชาวบ้านเห็น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.3 บุคลิกภาพที่ดี ประกอบด้วยเทคนิคในการพูดคุยกับผู้อื่นในสถานการณ์ต่างๆ ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า การเข้าไปปรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่และการพูดคุยให้เข้าใจง่าย บางพื้นที่มีการใช้ ภาษาท้องถิ่นเพื่อให้สามารถเข้าถึงและสร้างความเข้าใจกับประชาชน การแต่งกายในการเข้าร่วม กิจกรรมต่างๆ ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ให้ข้อมูลว่า การแต่งกายลักษณะเดียวกับประชาชนในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นเสื้อยืด กางเกงยีนส์ บางพื้นที่มีผ้าขาวม้า ในการลงพื้นที่หรือการใช้ชีวิตประจำวัน หากเป็นเวลางานก็จะแต่งกายให้ เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ หากมีช่วงประเพณีที่จะต้องมีการแต่งกายเป็นพิเศษก็แต่งกายให้เข้ากับ ประเพณี อย่างเช่นในช่วงสงกรานต์ก็แต่งกายเสื้อลายดอก การสร้างให้ประชาชนประทับใจของ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า การแสดงออกถึงความเป็นกันเอง การแสดงออกถึงความจริงใจ การแสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความรู้จักเป็น การส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ การทำให้กับประชาชนในพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ความประทับใจ ในส่วนนี้มีความแตกต่างกันตามจุดเด่นของแต่ละบุคคลซึ่ง ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นบางคนเสียงดัง

เป็นจุดเด่น บางคนเป็นคนพูดคุยแบบสนุกสนาน บางคนแต่งตัวเป็นแบบคาวบอย ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...แต่งกายตามสบายพาดผ้าขาวม้าเวลาลงพื้นที่ แต่ถ้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆก็แต่งกายให้เหมาะสม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...แต่งกายให้เข้ากับชาวบ้าน กางเกงยีนส์ เสื้อสบายๆ ให้กลมกลืนชาวบ้าน นอกจากวันที่เข้าสำนักงานหรือว่าไปงานอะไรสำคัญก็แต่งกายให้เหมาะสม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...การแต่งตัวแบบท้องถิ่น แต่งกายให้เหมาะสมกับกิจกรรม พูดแบบเป็นกันเองกับประชาชน...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...แต่งตัวตามสบายผมแต่งตัวเหมือนชาวบ้านไม่ได้แต่งพิเศษกว่าชาวบ้าน การเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...แต่งกายสบายๆ ใส่ยูนิฟอร์ม เสื้อของเทศบาล เน้นพูดคุยแบบพี่น้อง...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ส่วนใหญ่เป็นเสื้อ กางเกงยีนส์ และเอาป้ายนายกห้อยคอ แต่ในวันทำงานก็จะเรียบร้อย เสียงดังเป็นเอกลักษณ์ พูดไม่เพราะ แต่มีความจริงใจ ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ถ้าอยู่ในเวลาราชการก็จะแต่งตัวดี ถ้าวันธรรมดาเวลาราชการก็แต่งตัวแบบเป็นกันเองแต่ให้ดูดี เป็นคนพูดสนุกสนานเฮฮา ไม่มีเรื่องมีราวกับใคร ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...กางเกงยีนส์ เสื้อยืด เหมือนชาวบ้านธรรมดา มีความอ่อนน้อมถ่อมตน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...แต่งกายให้เหมาะสมกับกิจกรรม พูดคุยกันเป็นกันเอง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เสื้อยืด กางเกงยีนส์ ผ้าขาวม้า และแต่งคาวบอยเป็นบุคลิกประจำตัว การพูดคุยแบบลงไปสัมผัสกับชาวบ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2 ทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วยทักษะทางการเจรจา ทักษะการอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย ทักษะการทำให้ผู้ฟังจดจำ และทักษะการโน้มน้าวใจคน ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม

1.2.1 ทักษะทางการเจรจา ประกอบด้วยเทคนิคในเวลาพูดคุยกับชาวบ้านของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้ภาษาท้องถิ่นในการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ การพูดคุยที่ดูเป็นกันเอง การพูดคุยแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การพูดความจริงเรื่องจริง การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน การให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจตรงกันในเรื่องที่พูดของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดเน้นย้ำบ่อยๆ ในประเด็นที่ต้องการจะบอก การพูดคุยกับกับประชาชนในพื้นที่ต่างๆ คน เน้นการพูดตอบสนองความต้องการของกับประชาชนในพื้นที่ การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลระหว่างการพูดของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นส่วนใหญ่ใช้การคุบปฏิกริยาของกับประชาชนในพื้นที่ว่าชอบหรือไม่ชอบด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เสียงดังฟังชัด พูดให้ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ได้เชื้กว่าเค้าชอบไม่ชอบ แต่เราไปทำสิ่งที่เค้าต้องการส่วนมากก็ต้องชอบอยู่แล้ว ที่เค้าไม่ชอบเราจะทำทำไม ทำตามที่เค้าต้องการ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...พูดภาษาชาวบ้าน เค้าพูดอีสานก็พูดอีสานกับเค้า การใช้ภาษาเดียวกันกับชาวบ้านจะง่ายในการเข้าหาเข้าถึง เมื่อเราแก้ปัญหาเค้าไม่ตรงจุด แต่ถ้าแก้ปัญหาเค้าได้ตรงจุดความพึงพอใจก็จะมากขึ้น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...พูดคุยโดยใช้ภาษาเหนือ พูดคุยให้เกิดความเข้าใจและร่วมมือกันทำ อยู่ที่วิถีคิดวันนี้เราอาจจะบอกว่าสิ่งที่เราทำผมใช้คำว่าประ โยชน์ส่วนรวมถูกต้องชัดเจนมากที่สุด...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การเข้าถึง การพบปะพูดคุย ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด อธิบายด้วยวิธีการง่ายๆ ข้อความสั้นๆ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...พูดคุยเหมือนเป็นพี่น้อง พูดคุยบ่อยๆ ในเรื่องเดิมให้เกิดการจดจำ ประเมินโดยใช้วิธีการศึกษาความรู้สึกของชาวบ้าน...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...เราต้องพูดคุยให้ชาวบ้านเข้าใจ พูดความจริง จะทำอะไรบอกตรงๆ ดูจากสีหน้ากับแวตาท่าให้รู้...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...พูดให้เค้าเชื่อ ไม่ใช่พูดให้เค้าฟัง เน้นเรื่องบุญ พูดเฉพาะสิ่งที่เป็นจริงแล้วเราทำได้ การประเมินจะมีคนคอยเช็คข้อมูล สอบถามกับชาวบ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...สวัสดิ์ได้ทุกคน อาศัยความเป็นเด็กเข้าไปสวัสดิ์ทุกคน พูดให้เข้าใจง่ายๆ ที่นี้เป็นตำบลไม่ใหญ่ ก็ทำให้ชาวบ้านดูผลงาน การที่เค้าว่ามาหรือบอกว่าตรงนี้ชำรุด ก็จะเป็นผลสะท้อนกลับมาหาเราแทบทุกวัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...พูดคุยเป็นกันเอง พูดให้ชัดเจน มองตากี่รู้ เพราะคนที่ชอบถ้อยคำกันก็จะเข้าใจ แต่คนที่ไม่ชอบคุยกันก็จะลูกลี้ลุกลน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ถ้าเจอใครก็จะลงไปทักทาย พูดคุยแบบให้เข้าถึง ผมจะประเมินด้วยตัวเองจะไม่ใช้หลักการประเมินเหมือนคนอื่น จากการที่เราลงไปพบกับชาวบ้านเราจะรู้ว่าคนนี้จะเลือกเราหรือไม่เลือกเราสามารถประเมินได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.2 ทักษะการอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย ประกอบด้วยเทคนิคในการอธิบายเรื่องต่างๆ การใช้ภาษาในการอธิบายเรื่องต่างๆ ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการอธิบายแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ กับประชาชนในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นการอธิบายในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ มีทั้งในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การศึกษา สาธารณสุข การพัฒนาสวัสดิการขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะที่เป็นผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในอดีต ตัวอย่างที่ใช้ประกอบการอธิบายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทาง

การเมืองท้องถิ่นมีการยกตัวอย่างในการพูดคุยนั้นจะหาสิ่งที่เข้าใจง่าย ๆ ใกล้ตัว ในการอธิบายให้กับประชาชนในพื้นที่ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...พูดคุยให้ชัดเจน เข้าใจง่าย ถ้าเป็นเรื่องยาเสพติดจะไม่ช่วยจะบอกเล่าว่าให้ยอมรับความผิดไปอย่าไปเชื่อนาย ทำให้คนที่เกี่ยวกับเรื่องยาเสพติดไม่ค่อยชอบหน้านายก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การใช้ภาษาเดียวกันกับชาวบ้านจะง่ายในการเข้าหาเข้าถึง ต้องใช้ความสนุกสนานและเดิมสิ่งที่เราอยากจะให้เค้าเข้าไป ทำให้ไม่เบื่อในการฟัง สิ่งสำคัญก็คือเรื่องสุขภาพ ชาวบ้านในจังหวัดร้อยเอ็ด ตรวจพบเรื่องมะเร็งมากที่สุด มีการตั้งศูนย์ที่โรงพยาบาลร้อยเอ็ด ทำการคัดกรองเรื่องมะเร็ง เรื่องสุขภาพประชาชนเป็นเรื่องสำคัญเพราะผลจากการเป็นอยู่ของประชาชนที่กินอาหารสุกๆ ดิบๆ ก็ส่งผลต่อประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...พูดคุยให้เกิดความเข้าใจและร่วมมือกันทำ พูดคุยโดยใช้ภาษาเหนือ เมื่อพูดถึงเรื่องการศึกษาแล้วลูกของคุณเองเรียนที่ไหนเขาก็คิดออก แล้วครูในโรงเรียนของคุณเอาลูกไปเรียนที่ไหน ฉะนั้นสิ่งเหล่านี้มันเป็นกระบวนการที่วันนี้ผมคิดว่าประชาชนฉลาดที่จะดู ใครอาจจะพูดอะไรก็ตาม แต่ประชาชนก็จะดูว่าที่คุณพูดกับที่คุณคิดและที่คุณทำมันตรงกันไหม...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...อธิบายด้วยวิธีการง่ายๆ ข้อความสั้นๆ การเข้าถึง การพบปะพูดคุย ทำความรู้จัก เป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด เรื่องของการพัฒนานครหาดใหญ่ให้เป็นเมืองสวัสดิการโดยมีนโยบายนมไข่ให้กับแม่ที่ตั้งครรภ์และลูกเหมือนที่สหรัฐอเมริกา...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...พูดคุยบ่อยๆ ในเรื่องเดิมให้เกิดการจดจำ พูดคุยเหมือนเป็นพี่น้อง ถ้าเด็กมีการศึกษาที่ดีคุณภาพชีวิตก็จะดี เรื่องของการเจ็บป่วยก็จะลดน้อยลง...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...พูดความจริง จะทำอะไรบอกตรงๆ เราต้องพูดคุยให้ชาวบ้านเข้าใจ การพยายามบริหารให้การประปามีกำไร จากที่แต่ก่อนต้องเอาเงินเทศบาลไปอุดหนุน

ให้การประปาปีละ 3 ล้านบาท ในปัจจุบันก็ไม่ต้องมีการอุดหนุนจากการหาเงินปีละ 5 ล้านบาท การเพิ่มแรงดันน้ำให้เท่ากับการประปาส่วนภูมิภาค จากการนำความรู้ทางค่านางานช่างมาเพิ่มตัวเปิดปิด ติดตั้งท่อทำให้เรื่องของน้ำในปัจจุบันนี้ดีขึ้น...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...พูดเฉพาะสิ่งที่เป็นจริงแล้วเราทำได้ พูดให้เชื่อ ไม่ใช่พูดให้ฟัง เน้นเรื่องบุญ การลงพื้นที่ถึงจะมองเห็นและไปต่อได้ ถ้าอยู่แต่ข้างบนก็จะไม่รู้ เรื่องที่น้ำไม่ลง เราก็อธิบายไปว่าถ้ามันสูงเราก็ต้องกดลงไป เวลาที่จุดไหนมีปัญหา ก็จะลงไปดูที่หน้างานให้รู้เรื่องแล้วแก้ไขจบไปเลย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...พูดให้เข้าใจง่าย ๆ สวัสดิ์ได้ทุกคน อาศัยความเป็นเด็กเข้าไปสวัสดิ์ทุกคน ทุนที่มีอยู่คือทุนของคนอย่างเดียว ไม่ทรัพยากรอะไรที่จะเอามากอบกู้ ไม่มีวัฒนธรรมอะไรที่ชัดเจนแล้วขายได้ แหล่งท่องเที่ยวก็ไม่มี สร้างทุกอย่างใหม่...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...พูดให้ชัดเจน พูดคุยแบบเป็นกันเอง มีพูดคุยกับชาวบ้านว่าคุณอยู่บ้านคุณ คุณรู้บ้านคุณ ผมอยู่บ้านผม ผมรู้บ้านผม ใครจะไปรู้บ้านเราดีเท่าเรา อะไรไม่ดีก็บอกกับเรามา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...พูดคุยแบบให้เข้าถึง ถ้าเจอใครก็จะไปทักทาย บ้านหลังนี้สะพานขาดซึ่งรู้ได้จากการลงพื้นที่ เราต้องไปเจอใคร ถามข้อมูลใคร มันต้องมีอยู่ในหัวอยู่แล้ว ไม่ใช่ว่านายกเข้ามาแล้วอะไรอยู่ตรงไหนมันจะทำให้เสียเวลาและเวลาเกิดปัญหาต้องแก้ทันที...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.3 ทักษะการทำให้ผู้ฟังจดจำ ประกอบด้วยสโลแกนหรือคำพูดที่ติดปาก

การพูดขยายความให้ประชาชนจดจำและเทคนิคในการทำให้ประชาชนจดจำในสิ่งที่พูดของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดคุยในภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน และสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมกับประชาชนในพื้นที่ให้มาร่วมมือกันในการพัฒนาพื้นที่ ระหว่างการพูดคุยนั้นแสดงตัวตนตามบุคลิกของตนเอง การพูดถึงนโยบายที่จะทำส่วนใหญ่นั้นมีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน ในบางพื้นที่

บางพื้นที่นโยบายก็จะเน้นด้านการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...นายกช่าง พูดให้ชัดเจน เข้าใจง่าย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...นโยบายในการทำงาน พูดแล้วทำจริง การใช้ภาษาเดียวกันกับชาวบ้านจะง่าย ในการเข้าหาเข้าถึง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...เมื่อนำอยู่อย่างยั่งยืน พูดคุยให้เกิดความเข้าใจและร่วมมือกันทำ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...คนรุ่นใหม่ที่กำลังคิด กล้าทำ และมีความเปลี่ยนแปลงที่จะทำให้บ้านเมือง อธิบายด้วยวิธีการง่ายๆ ข้อความสั้นๆ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...พูดบ่อยเรื่องของการศึกษา ถ้าเด็กมีการศึกษาที่ดีคุณภาพชีวิตก็จะดี พูดคุย บ่อยๆในเรื่องเดิมให้เกิดการจดจำ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ส่วนตัวเป็นคนคิดนอกกรอบแบบที่ไม่เคยมีใครคิดมาก่อน พูดความจริง จะทำ อะไรบอกตรงๆ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี มีการศึกษา พัฒนาสิ่งแวดล้อม เพียบพร้อมการกีฬา ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี พูดเฉพาะสิ่งที่เป็นจริงแล้วเราทำได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...สายเลือดคนทำงาน จะมาพัฒนาคนทำงาน พูดให้เข้าใจง่าย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...สร้างท้องถิ่นให้ก้าวหน้า พัฒนาคนให้ก้าวไกล ความสุขของประชาชนยิ่งใหญ่ คือ หัวใจของ อบต.คอนแก้ว พูดให้ชัดเจน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เป็นคนดีที่เคยเลว ดีกว่าเป็นคนเลวที่เคยดี พูดคุยแบบให้เข้าถึง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.4 ทักษะการโน้มน้าวใจคน ประกอบด้วยการแสดงความจริงใจกับประชาชนที่รับฟังของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดคุยแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การพูดความจริงเรื่องจริง การแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกของตนเองในการพูดคุยกับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดเน้นย้ำบ่อยๆ ในประเด็นที่ต้องการจะบอก การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน เทคนิคในการปราศรัยของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่และการพูดคุยแบบมีความสนุกสนาน ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...พูดให้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทำตามที่เค้าอยากได้ เน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การใช้ภาษาเดียวกันกับชาวบ้านจะง่ายในการเข้าหาเข้าถึง ให้ชาวบ้านเข้าใจหลายๆ เรื่องที่เป็นประโยชน์กับชาวบ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...พูดคุยให้เกิดความเข้าใจและร่วมมือกันทำ ทำให้คนเชื่อมั่นและยอมรับ ช่วยกันคิดช่วยกันทำ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ความเป็นกันเองตรงนี้สำคัญที่สุด ถ้ามีอะไรเรากอยช่วยเหลือช่วยได้ก็ต้องช่วย เราจะเป็นคนแก้ปัญหาให้เขาอยู่ตลอดเวลา...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...พูดความจริง ทำผลงานให้เห็น พูดแล้วทำจริง พูดคุยบ่อยๆ ในเรื่องเดิมให้เกิดการจดจำ ใช้กิจกรรม ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อม ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...พูดไม่เพราะ แต่มีความจริงใจ พูดความจริง จะทำอะไรบอกตรงๆ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...พูดจริง ทำจริง พูดแล้วสามารถทำได้อย่างที่พูด เน้นคุณธรรม และความร่วมมือ
ของชาวบ้าน พูดเฉพาะสิ่งที่เป็นจริงแล้วเราทำได้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...พูดบ่อยๆ พูดให้เข้าใจง่ายๆ แต่ต้องตอบโจทย์ความต้องการของประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...พูดคุยกับชาวบ้านว่าคุณอยู่บ้านคุณ คุณรู้บ้านคุณ ผมอยู่บ้านผม ผมรู้บ้านผม
ใครจะไปรู้บ้านเราดีเท่าเรา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...พูดคุยแบบให้เข้าถึง เวลาผมคุยกับชาวบ้านจะไม่เอาความคิดตัวเองเป็น
ที่ตั้ง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.3 ความเป็นผู้นำทางการเมือง ประกอบด้วยการปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมายและ
จริยธรรม การเปิดเผยการกระทำต่อสาธารณะ การทำงานเพื่อส่วนรวมและการรับฟังเรื่องราวของ
ประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
ให้ข้อมูลว่า

1.3.1 การปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมายและจริยธรรม ประกอบด้วย การปฏิบัติ
ตามกฎหมาย จริยธรรมที่แสดงออกให้ประชาชนเห็นของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสาร
เพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการปฏิบัติตนตาม
กฎหมายเพื่อเป็นแบบอย่าง ทำตามอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ตามกฎหมายของระบบราชการ วัฒนธรรมที่
แสดงออกให้ประชาชนเห็นของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่ม
ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่าผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการร่วมงานประเพณีและวัฒนธรรมจะเข้า
ร่วมอย่างสม่ำเสมอ บางพื้นที่มีความเข้มข้นในเรื่องของวัฒนธรรม ศาสนา การเปิดเผยข้อมูล
ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการ
สื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่าผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเปิดเผย
การกระทำต่อสาธารณะแสดงให้ประชาชนเห็น และความโปร่งใสที่แสดงให้ประชาชนเห็น
ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...ในส่วนของการหาเสียงก็จะทำในกรอบของกฎหมาย การร่วมงานประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบวช งานแต่ง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...เราจะทำตามอำนาจหน้าที่ที่เราทำได้ จะไม่ทำเกินอำนาจหน้าที่ มีการลงพื้นที่ พบปะชาวบ้านตามงานประเพณีและวัฒนธรรมโดยตลอด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ทำงานอยู่ในกฎเกณฑ์ของระบบราชการ เชียงรายเป็นวัฒนธรรมของล้านนา เป็นเมืองวิถีพุทธ ฉะนั้นที่นครเชียงรายในวันศุกร์เราแต่งตัวแบบท้องถิ่นทั้งครูและนักเรียน ในวันพระเราจะแต่งชุดขาวกัน เราจะทำให้เรื่องศาสนาและวัฒนธรรมมา เชื่อมโยงกันจะทำตั้งแต่ผู้สูงอายุมีความรู้สึกว่าได้ไปนี้เด็กเข้าวัดเพิ่มขึ้นใหม่ ให้ ความสำคัญกับศาสนาเพิ่มขึ้นใหม่ รวมทั้งครูและเจ้าหน้าที่เทศบาลแล้วก็ในช่วง เข้าพรรษาเราอาจจะมีเกี่ยวกับเทศบาลสัญจรไปตามวัดร่วมกับชุมชน อย่างวันศีล ใหญ่อย่างวันมาฆบูชาจะเชิญพี่น้องประชาชนมาแต่งชุดขาวทำพิธีร่วมกัน สร้าง ความรักความสามัคคีโดยให้ศาสนาเป็นตัวนำ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การปฏิบัติตามกฎหมายการเลือกตั้ง เราต้องตอบสนองความต้องการของคน ทุกกลุ่ม และบางกลุ่มมีความแตกต่างกันด้านศาสนา กลุ่มด้านความเชื่อ กลุ่มด้าน เพศ อายุ กลุ่มอาชีพ แม้กระทั่งวัย มันต้องมีทุกส่วนประกอบกัน ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...วัฒนธรรมเป็นตัวตั้งหลักในการเชื่อมเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นวัด โรงเรียน ก็ใช้ ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมเข้ามา ทุกงานจะสืบสานวัฒนธรรมให้เป็นตัวหล่อ หลอมให้สังคมอยู่ด้วยกันด้วยความรักเอื้ออาทร...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...การปฏิบัติตามกฎหมายการเลือกตั้ง มีเปิดเผยตามกฎหมายกับทาง ปปช. มีการ ร่วมงานประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ทำอะไรที่ไม่ผิดกฎหมาย เน้นคุณธรรม เน้นเรื่องบุญ การนำพ่อแม่พี่น้องเชื้อที่คืนทำวัดในหมู่ 12 เพราะที่นี่ไม่เคยมีวัดมาก่อน อาศัยวัดอื่นที่อยู่ห่างออกไป 1 - 2 กิโลเมตร...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลข1)

“...ปฏิบัติตามกฎหมาย ในส่วนของงานประเพณี วัฒนธรรม ไม่ค่อยออกงานต่างๆ เพราะด้วยความเป็นนายกตอนอายุน้อยจึงบอกกับชาวบ้านว่าไม่สามารถอวยพรให้ใคร ควรให้ผู้สูงอายุไปร่วมอวยพรจะดีกว่า...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลข2)

“...ปฏิบัติตามคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ที่กำหนดมาให้ ในสมัยล่าสุดเค้ากำหนดให้วสเนนแปดเราก็ใช้ไม่ถึง ก็มีการร่วมงานประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลข3)

“...กิจกรรมธรรมยาตราคือการทำเพื่อสิ่งแวดล้อมมีผมเป็นมุสลิมคนเดียวที่อยู่ในกลุ่มศาสนาพุทธมีทั้งพระ แม่ชี ขรราวาส มีผมเป็นอิสลามคนเดียว ตรงนี้ไม่ได้แบ่งกันศาสนาแต่เป็นการสร้างจิตสำนึก ปลุกกระแสการรักธรรมชาติ ผมลงไปร่วมทุกประเพณีและที่สำคัญประเพณีอิสลามในพื้นที่ผมมันมีทั้ง 2 ฝ่ายไม่ว่าจะเป็นวันเมาลิดเป็นวันที่รำลึกถึงพระศาสดาพระนบีมูฮัมหมัด การจัดมัสยิดในพื้นที่ผมต้องลงไปร่วมเกือบทุกงานถ้าผมอยู่ในพื้นที่ งานวัดที่จัดถ้าผมอยู่ผมก็จะไปร่วม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลข4)

1.3.2 การทำงานเพื่อส่วนรวม ประกอบด้วย การทำงานเพื่อส่วนรวมที่แสดงให้เห็นประชาชนเห็น ความเสียสละที่แสดงให้เห็น และการพัฒนาช่วยเหลือสังคมที่แสดงให้เห็นประชาชนเห็นของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ การตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เน้นการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ การพัฒนาช่วยเหลือสังคมผ่านกิจกรรมต่างๆ เน้นการทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม สร้างการมีส่วนร่วมความร่วมมือกับประชาชนในพื้นที่ในการร่างนโยบายและกิจกรรมต่างๆ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก ทำตามที่เราอยากได้ ทำตามที่เราต้องการไม่เคยจำว่าเคยช่วยใคร ทำโดยหน้าที่...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การช่วยเหลือ การบริการประชาชน จังหวัดร้อยเอ็ด ตรวจพบเรื่องมะเร็งมากที่สุด มีการตั้งศูนย์เพื่อการคัดกรองมะเร็งที่โรงพยาบาลร้อยเอ็ด เรื่องสุขภาพประชาชนเป็นเรื่องสำคัญเพราะผลจากการเป็นอยู่ของประชาชนที่กินอาหารสุกๆ ดิบๆ ก็ส่งผลกระทบต่อประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ประโยชน์ส่วนรวม ถูกต้อง ชัดเจนมากที่สุดในการจัดกิจกรรมต่างๆ การศึกษาของท้องถิ่นที่เป็นเรื่องยาก คนเชื่อมั่นและยอมรับได้ เรื่องอื่นเราร่วมมือกันก็ทำได้ เราก็ช่วยกันคิดช่วยกันทำ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...นโยบายตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม และบางกลุ่มมีความแตกต่างกันด้านศาสนา กลุ่มด้านความเชื่อ กลุ่มด้านเพศ อายุ กลุ่มอาชีพ ทุกเพศทุกวัย...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...กลุ่มต่างๆ ไม่ว่า เด็ก ผู้พิการ คนชรา กลุ่มอาชีพ ให้มาทำแผนนโยบายร่วมกัน...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ชาวบ้านอยากให้แก้ปัญหาเรื่องน้ำประปา ที่น้ำสกปรก แรงดันน้ำไม่พอ เราก็แก้...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...เน้นการเสียสละ และการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน มีการดูแลสารทุกข์สุกดิบ เมื่อเราขอให้เขามาร่วมเขาก็มาร่วมกับเรา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เข้ามาทำงานที่ อบต. ทุกวัน เฉลี่ยปีนึง 365วัน เข้ามาทำงานใน อบต. 300วัน ในวันเสาร์-อาทิตย์ก็แวะเข้ามาทำงานที่ อบต....”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...เวลาอยู่กับชาวบ้านก็จะไม่ทิ้งใคร เวลาถึงงานก็จะกลับเป็นคนสุดท้ายต้องเคลียร์ให้เรียบร้อยหมดถึงกลับได้ มีพูดคุยกับชาวบ้านว่าคุณอยู่บ้านคุณ คุณรู้บ้านคุณ ผมอยู่บ้านผม ผมรู้บ้านผม ใครจะไปรู้บ้านเราดีเท่าเรา อะไรไม่ดีก็บอกกับเรามา เรามีหน้าส่งเสริม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เกิดมาต้องตอบแทนบุญคุณแผ่นดินผมมองว่ามันเป็นเรื่องใหญ่ของชีวิตคนๆ หนึ่ง ผมทำกิจกรรมและได้มีโอกาสไปทำจิตอาสาบ้าง ไปช่วยกิจกรรมชุมชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.3.3 การทำงานเพื่อส่วนรวม ประกอบด้วย การทำงานเพื่อส่วนรวมที่แสดงให้เห็นประชาชนเห็น ความเสียสละที่แสดงให้ประชาชนเห็นของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรับฟังเรื่องราวของประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการด้านใด มีความเดือดร้อนด้านใด ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การประชุม การประชาคม การรับเรื่องร้องทุกข์ และนำเอาข้อมูลความต้องการความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่มาแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยให้มีความเท่าเทียมกันในพื้นที่ การช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ การตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เน้นการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ การพัฒนาช่วยเหลือสังคมที่แสดงให้เห็นประชาชนเห็นของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพัฒนาช่วยเหลือสังคมผ่านกิจกรรมต่างๆ เน้นการทำให้ประโยชน์ส่วนรวม สร้างการมีส่วนร่วม ความร่วมมือกับประชาชนในพื้นที่ในการรณรงค์นโยบายและกิจกรรมต่างๆ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมี ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...แต่เราปฏิบัติกับทุกคนเหมือนกันเท่ากันไม่เลียมลำเอียงว่าทุกคนคือพวกของเราหมด เราต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...นโยบายแก้ปัญหาให้ราษฎรที่ทำหนังสือมาขอความช่วยเหลือ จะประสานงานลงพื้นที่...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...สื่อมวลชน NGO พระสงฆ์ ข้าราชการที่เกษียณแล้ว เป็นการเปิดความคิดให้เขา บอกกล่าวกับเรา ถ้าเขาวางก็มีการมานั่งคุยกันทั้งการประชุม...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...เครือข่ายจะประสานงาน ถ้าเขาต้องการอะไรเขาจะสะท้อนความคิดมาให้เรา เขาไม่ชอบอะไรเขาก็จะบอกเรา เพราะฉะนั้นเราจะเป็นคนแก้ปัญหาให้เขาอยู่...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ชาวบ้านมีความเดือดร้อน มีปัญหามากี่ลงพื้นที่เลย เพื่อแก้ไขปัญหา...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...มีศูนย์รับเรื่องร้องเรียนเปิดมาทั้งหมด 9 ร้อยกว่าเรื่อง และแก้ไขปัญหาคือ ทั้งหมด เวลาชุมชนของบประมาณอย่างทำโครงการเพื่อส่วนรวมก็จะไป สนับสนุน...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การแก้ปัญหามันเป็นบ้านใหญ่ คือ 2 หมู่รวมกัน ถ้าเดือดร้อนแต่ที่ผ่าน มาไม่มีการแก้ไข เราก็ได้ทำการแก้ไขปัญหานี้ อีกเรื่องน้ำท่วมมาเป็น 10 ปี เพราะ เป็นแอ่งท้องกระทะ ไม่มีการแก้ไขเราก็ได้เข้ามาทำท่อระบาย จนปัจจุบันน้ำไม่ท่วม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ต้องตอบ โจทย์ความต้องการของประชาชน ปัญหาด้านอื่นๆของทุกคนให้ ประชาคมแบบกลุ่ม เรื่องสุขภาพอนามัยให้ไปประชุมกับ อสม. ให้ อสม. เป็น ตัวแทนเสนอและสะท้อนปัญหากลับมา เรื่องไร่นาเกษตรกรไปประชุมกับ เกษตรกรแล้วให้เกษตรกรสะท้อนมา เรื่องของสวัสดิการด้านต่างไปคุยกับกลุ่ม เจาะไปในเรื่องสวัสดิการ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

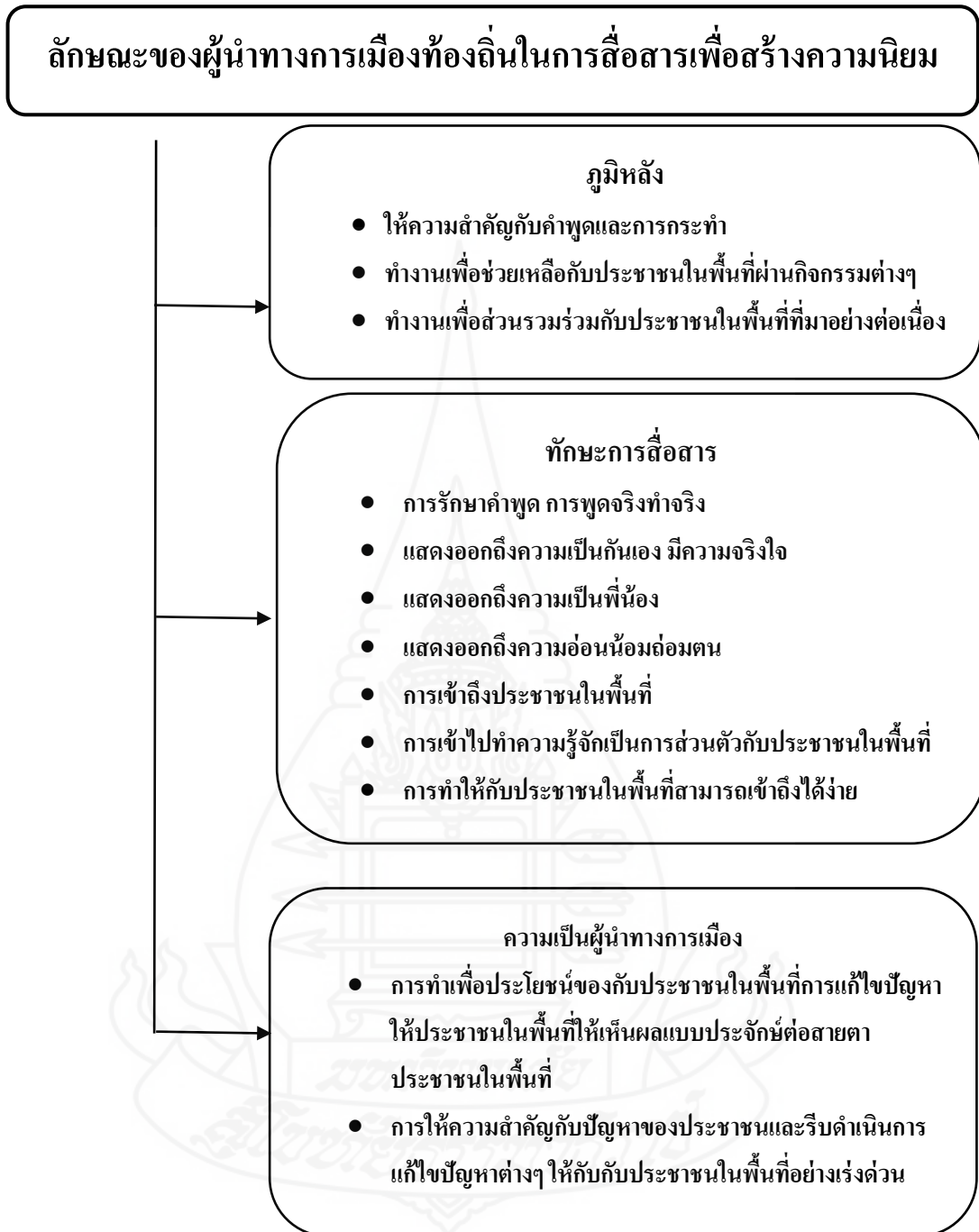
“...นำเอามติของหมู่บ้านทำเป็นโครงการออกมา ว่าอยากได้อะไร ปัญหาเกิดจาก อะไร และเราก็ทำหน้าที่ส่งเสริม และทำหน้าที่หนุนให้มันดีขึ้นมีพูดคุยกับ ชาวบ้านว่าคุณอยู่บ้านคุณ คุณรู้บ้านคุณ ผมอยู่บ้านผม ผมรู้บ้านผม ใครจะไปรู้ บ้านเราดีเท่าเรา อะไรไม่ดีก็บอกกับเรามา เรามีหน้าส่งเสริม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...มีเวทีประชาคมในหมู่บ้าน โดยให้ชาวบ้านแต่ละหมู่แสดงความคิดเห็น สมมติในปี พ.ศ. 2561 หมู่ที่ 1 ท่านต้องการอะไร ชาวบ้านก็จะมารวมกันร่วมสรุปความคิดเห็นและมีการโหวตเสียงกันคือเป็นการใช้ระบบประชาธิปไตยแล้วผมจะนำมติจากที่ประชุมมาเป็นแผนเข้าสู่สภาให้สภาอนุมัติอีกครั้งหนึ่ง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

สรุปลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมี รายละเอียดคือผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง ทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วยการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง แสดงออกถึงความเป็นกันเอง มีความจริงใจ แสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง แสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ การทำให้กับประชาชนในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และทักษะการโน้มน้าวใจคน ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมี ความเป็นผู้นำทางการเมือง ประกอบด้วยการทำงานเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับกับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน สามารถสรุปลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมี ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 4.1 แผนภาพลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม
จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากภาพที่ 4.1 ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม
จากการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ภูมิหลังเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรม

ต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง เมื่อพูดไปแล้วต้องทำให้ได้ การทำเพื่อประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน ความเป็นกันเอง แสดงออกถึงความจริงใจ แสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง แสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ การทำให้กับประชาชนในพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทักษะการสื่อสารมีการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่โดยเน้นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง การใช้ภาษาท้องถิ่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวในการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ การพูดคุยแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การพูดคุยแบบมีความสนุกสนาน การพูดความจริงเรื่องจริง การพูดเน้นย้ำบ่อยๆ ในประเด็นที่ต้องการจะบอก การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน เน้นการพูดตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การแสดงออกถึงความจริงใจ การแสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การแต่งกายลักษณะเดียวกับประชาชนในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นเสื้อยืด กางเกงยีนส์ บางพื้นที่มีผ้าขาวม้า ในการลงพื้นที่หรือการใช้ชีวิตประจำวัน หากเป็นเวลางานก็จะแต่งกายให้เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ หากมีช่วงประเพณีที่จะต้องมีการแต่งกายเป็นพิเศษก็จะแต่งกายให้เข้ากับประเพณี ความเป็นผู้นำทางการเมือง การไม่เป็นศัตรูกับใคร ทำให้ทุกคนมาเป็นพรรคพวกเดียวกัน การดูแล กับประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและมีความเท่าเทียมกัน การรับฟังเรื่องราวของประชาชนในพื้นที่ว่ามีความต้องการด้านใด มีความเดือดร้อนด้านใด ผ่านช่องทางต่างๆ เช่นการประชุม การประชาคม การรับเรื่องร้องทุกข์ และนำเอาข้อมูลความต้องการความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่มาแก้ไขปัญหให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยให้มีความเท่าเทียมกันในพื้นที่

ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่าส่วนใหญ่ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะมีสมาชิกของครอบครัวเป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองตั้งแต่ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา โดยนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล การเป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิดทำให้มีจุดร่วมกับประชาชนในพื้นที่ มีประวัติการทำงานเพื่อส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง ในมุมมองของประชาชนในพื้นที่การทำงานแบบแก้ไขปัญหให้กับประชาชนในพื้นที่แบบที่เป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่องนั้นทำให้เกิดความน่าเชื่อถือให้กับผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการแต่งกายที่ดูไม่แตกต่างจากประชาชนในพื้นที่ในการลงพื้นที่พบปะประชาชนเพื่อให้เกิดการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ได้ง่าย ในส่วนของการแต่งกายนั้นมีการแต่งกายตามความเหมาะสมกับสถานที่ กิจกรรมที่เข้าร่วม และอีกส่วนหนึ่งคือการทำให้เกิด

ความสนุกสนานระหว่างการสนทนา แสดงออกถึงความเป็นกันเอง แสดงออกถึงความจริงใจ แสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง แสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ในส่วนของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม มีรายละเอียดดังนี้คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ การสำรวจข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ โดยศึกษาเรื่องเพศ อายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา และรายได้ ตอนที่ 2 ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ศึกษาเรื่องการจดจำลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญ ความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญ และดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากร

ข้อมูลลักษณะประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1,200 คน ซึ่งเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2 แห่ง เทศบาล 4 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 4 แห่ง มีรายละเอียดดังนี้คือ การสำรวจข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1,200 คน โดยศึกษาเรื่องเพศ อายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา และรายได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 – 4.5

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	589	49.0
หญิง	611	51.0
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1200 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 611 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 และเป็นผู้ชาย จำนวน 589 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	131	11.0
21 – 25 ปี	123	10.2
26 – 30 ปี	117	9.8
31 – 35 ปี	118	9.8
36 – 40 ปี	125	10.4
41 - 45 ปี	159	13.3
46 - 50 ปี	184	15.3
มากกว่า 50 ปี	243	20.2
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นความถี่ 243 ร้อยละ 20.2 ลำดับที่สองคืออายุ 46 - 50 ปี คิดเป็นความถี่ 184 ร้อยละ 15.3 ลำดับที่สามคืออายุ 41 - 45 ปี คิดเป็นความถี่ 159 ร้อยละ 13.3 ลำดับที่สี่คือ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นความถี่ 131 ร้อยละ 11.0 ลำดับที่ห้าคือ 36 – 40 ปี คิดเป็นความถี่ 125 ร้อยละ 10.4 ลำดับที่หกคือ 21 – 25 ปี คิดเป็นความถี่ 123 ร้อยละ 10.2 ลำดับที่เจ็ดคืออายุ 31 – 35 ปี คิดเป็นความถี่ 118 ร้อยละ 9.8 และลำดับสุดท้ายคือ อายุ 26 – 30 ปีคิดเป็นความถี่ 117 ร้อยละ 9.8

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	138	11.5
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	122	10.2
พนักงานบริษัทเอกชน	129	10.8
เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ	153	12.6
เกษตรกร	521	43.5
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	137	11.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเกษตรกร คิดเป็นความถี่ 521 ร้อยละ 43.5 ลำดับที่สองคือเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ คิดเป็นความถี่ 153 ร้อยละ 12.6 ลำดับที่สามคือนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา คิดเป็นความถี่ 138 ร้อยละ 11.5 ลำดับที่สี่คือ แม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นความถี่ 137 ร้อยละ 11.4 ลำดับที่ห้าคือพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นความถี่ 129 ร้อยละ 10.8 และลำดับสุดท้ายคือข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นความถี่ 122 ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษา

การศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	848	70.7
ปริญญาตรี	231	19.3
สูงกว่าปริญญาตรี	121	10.0
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็น

ความถี่ 848 ร้อยละ 70.7 ลำดับที่สองคือระดับ ปริญญาตรี คิดเป็นความถี่ 231 ร้อยละ 19.3 และลำดับสุดท้ายคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นความถี่ 121 ร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	518	43.2
15,001 - 20,000 บาท	321	26.8
20,001 - 25,000 บาท	201	16.8
35,001 - 40,000 บาท	96	8.0
40,001 – 45,000 บาท	43	3.6
มากกว่า 45,000 บาท	21	1.6
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นความถี่ 518 ร้อยละ 43.2 ลำดับที่สองคือ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นความถี่ 321 ร้อยละ 26.8 ลำดับที่สามคือ 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นความถี่ 201 ร้อยละ 16.8 ลำดับที่สี่คือ 35,001 - 40,000 บาท คิดเป็นความถี่ 96 ร้อยละ 8.0 ลำดับที่ห้าคือ 40,001 – 45,000 บาท คิดเป็นความถี่ 43 ร้อยละ 3.6 และลำดับสุดท้ายคือ มากกว่า 45,000 บาท คิดเป็นความถี่ 21 ร้อยละ 1.6

ตอนที่ 2 ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยม

เป็นการศึกษาลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของนักการเมืองท้องถิ่น โดยศึกษาเรื่องการจัดจำลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญ ความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญ ดังแสดงใน ตารางที่ 4.6 – 4.22

ตารางที่ 4.6 การจดจำลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

การจดจำลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในด้านใด มากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การพูดจริงทำจริง	437	36.4
การทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ	314	26.1
การทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง	449	37.5
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีการจดจำลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในด้านการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นความถี่ 449 ร้อยละ 47.5 ลำดับที่สองคือการพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 437 ร้อยละ 36.4 และลำดับสุดท้ายคือการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นความถี่ 314 ร้อยละ 26.1

ตารางที่ 4.7 ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นพูดจริงทำจริง

ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นพูดจริงทำจริง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	876	73.0
ไม่ใช่	67	5.6
ไม่แน่ใจ	257	21.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 876 ร้อยละ 73.0 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 257 ร้อยละ 21.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 67 ร้อยละ 5.6

ตารางที่ 4.8 ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ

ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	689	57.5
ไม่ใช่	107	8.9
ไม่แน่ใจ	404	33.6
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นความถี่ 689 ร้อยละ 57.5 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 404 ร้อยละ 33.6 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 107 ร้อยละ 8.9

ตารางที่ 4.9 ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	1062	88.5
ไม่ใช่	37	3.1
ไม่แน่ใจ	101	8.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นความถี่ 1062

ร้อยละ 88.5 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 101 ร้อยละ 8.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 37 ร้อยละ 3.1

ตารางที่ 4.10 การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การพูดจริงทำจริง	323	26.9
ความเป็นกันเอง จริงใจ	214	17.8
พูดคุยแบบพี่น้อง	135	11.3
ความอ่อนน้อมถ่อมตน	158	13.2
การพูดแบบเข้าใจง่าย	130	10.8
การเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชน	127	10.6
การทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย	113	9.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 323 ร้อยละ 26.9 ลำดับที่สองคือความเป็นกันเอง จริงใจ คิดเป็นความถี่ 214 ร้อยละ 17.8 ลำดับที่สามคือความอ่อนน้อมถ่อมตน คิดเป็นความถี่ 158 ร้อยละ 13.2 ลำดับที่สี่คือพูดคุยแบบพี่น้อง คิดเป็นความถี่ 135 ร้อยละ 11.3 ลำดับที่ห้าคือการพูดแบบเข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 130 ร้อยละ 10.8 ลำดับที่หกคือการเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชน คิดเป็นความถี่ 127 ร้อยละ 10.6 และลำดับสุดท้ายคือ การทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย คิดเป็นความถี่ 113 ร้อยละ 9.4

ตารางที่ 4.11 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	914	76.1
ไม่ใช่	59	4.9
ไม่แน่ใจ	227	19.0
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 914 ร้อยละ 76.1 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 227 ร้อยละ 19.0 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 59 ร้อยละ 4.9

ตารางที่ 4.12 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการแสดงออกถึงความเป็นกันเอง มีความจริงใจ

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการแสดงออกถึงความเป็นกันเอง มีความจริงใจ	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	827	68.9
ไม่ใช่	94	7.8
ไม่แน่ใจ	279	23.3
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการแสดงออกถึงความเป็นกันเอง มีความจริงใจ คิดเป็นความถี่ 827 ร้อยละ 68.9 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 279 ร้อยละ 23.3 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 94 ร้อยละ 7.8

ตารางที่ 4.13 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดคุยแบบพี่น้อง

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดคุยแบบพี่น้อง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	689	57.4
ไม่ใช่	152	12.7
ไม่แน่ใจ	359	29.9
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดคุยแบบพี่น้อง คิดเป็นความถี่ 689 ร้อยละ 57.4 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 359 ร้อยละ 29.9 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 152 ร้อยละ 12.7

ตารางที่ 4.14 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีความอ่อนน้อมถ่อมตน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีความอ่อนน้อมถ่อมตน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	792	66.0
ไม่ใช่	93	7.8
ไม่แน่ใจ	315	26.2
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีความอ่อนน้อมถ่อมตน คิดเป็นความถี่ 792 ร้อยละ 66.0 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 315 ร้อยละ 26.2 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 93 ร้อยละ 7.8

ตารางที่ 4.15 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดแบบเข้าใจง่าย

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดแบบเข้าใจง่าย	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	652	54.4
ไม่ใช่	160	13.3
ไม่แน่ใจ	388	32.3
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพูดแบบเข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 652 ร้อยละ 54.4 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 388 ร้อยละ 32.3 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 160 ร้อยละ 13.3

ตารางที่ 4.16 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	639	53.3
ไม่ใช่	167	13.9
ไม่แน่ใจ	394	32.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชน คิดเป็นความถี่ 639 ร้อยละ 53.3 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 394 ร้อยละ 32.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 167 ร้อยละ 13.9

ตารางที่ 4.17 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	601	50.1
ไม่ใช่	193	16.1
ไม่แน่ใจ	406	33.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย คิดเป็นความถี่ 601 ร้อยละ 50.1 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 406 ร้อยละ 33.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 193 ร้อยละ 16.1

ตารางที่ 4.18 ความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

ความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การทำให้ประโยชน์ของประชาชน	292	24.3
การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน	277	23.1
การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน	319	26.6
การดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับประชาชนอย่างเร่งด่วน	312	26.0
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน คิดเป็นความถี่ 319 ร้อยละ 26.6 ลำดับที่สองคือการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชน

อย่างเร่งด่วน คิดเป็นความถี่ 312 ร้อยละ 26.0 ลำดับที่สามคือการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน คิดเป็นความถี่ 292 ร้อยละ 24.3 และลำดับสุดท้ายคือการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน คิดเป็นความถี่ 277 ร้อยละ 23.1

ตารางที่ 4.19 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	934	77.8
ไม่ใช่	52	4.4
ไม่แน่ใจ	214	17.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน คิดเป็นความถี่ 934 ร้อยละ 77.8 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 214 ร้อยละ 17.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 52 ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 4.20 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	901	75.1
ไม่ใช่	46	3.8
ไม่แน่ใจ	253	21.1
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน คิดเป็นความถี่ 901 ร้อยละ 75.1 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 253 ร้อยละ 21.1 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 46 ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.21 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	983	81.9
ไม่ใช่	39	3.3
ไม่แน่ใจ	178	14.8
รวม	1200	100

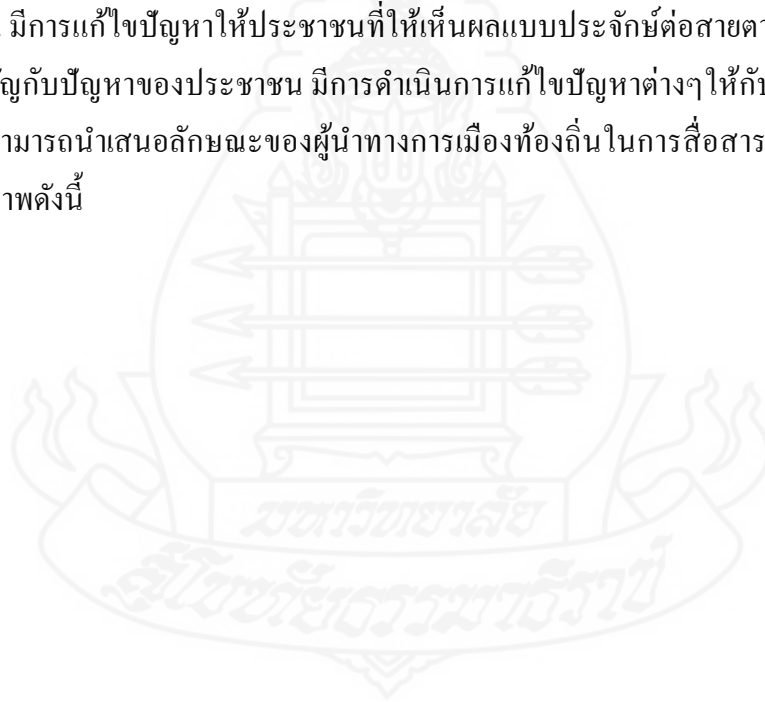
จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน คิดเป็นความถี่ 983 ร้อยละ 81.9 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 178 ร้อยละ 14.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 39 ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.22 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนอย่างเร่งด่วน

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนอย่างเร่งด่วน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	974	81.2
ไม่ใช่	41	3.4
ไม่แน่ใจ	185	15.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับประชาชนอย่างเร่งด่วน คิดเป็นความถี่ 974 ร้อยละ 81.2 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 185 ร้อยละ 15.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 41 ร้อยละ 3.4

สรุปลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ด้านภูมิหลัง ของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นพูดจริง ทำจริง มีการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ ด้านทักษะการสื่อสารของ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง มีการแสดงออกถึงความเป็นกันเอง มีความจริงใจ มีการพูดคุยแบบพี่น้อง มีความ อ่อนน้อมถ่อมตน มีการพูดแบบเข้าใจง่าย มีการเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชน มีการทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ด้านความเป็นผู้นำทางการเมืองของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำเพื่อประโยชน์ของ ประชาชน มีการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน มีการให้ ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน มีการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับประชาชนอย่าง เร่งด่วน สามารถนำเสนอลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ตามแผนภาพดังนี้





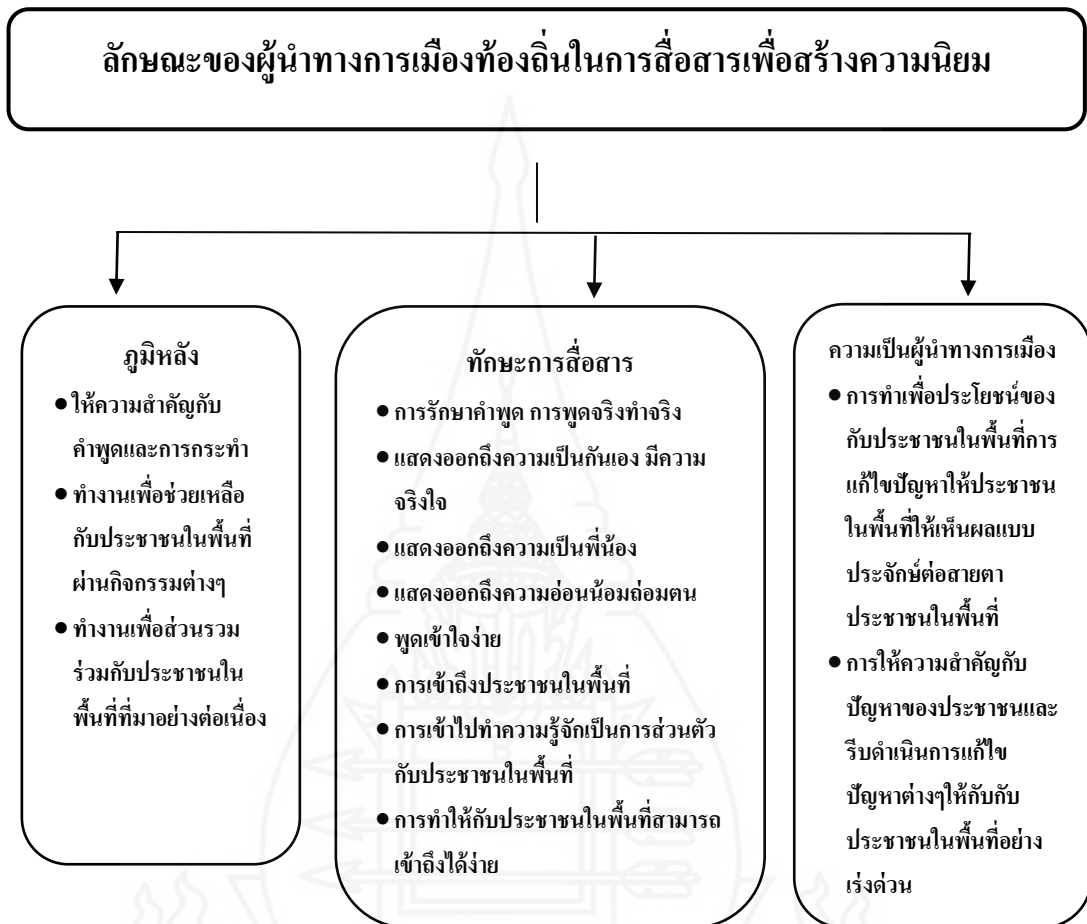
ภาพที่ 4.2 แผนภาพลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมจากการวิจัยเชิงปริมาณ

จากภาพที่ 4.2 ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงปริมาณประกอบด้วยลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นด้านภูมิหลัง อันดับที่หนึ่งคือการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นความถี่ 449 ร้อยละ 47.5 ลำดับที่สองคือการพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 437 ร้อยละ 36.4 ลำดับสุดท้ายคือ การทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นความถี่ 314 ร้อยละ 26.1 ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นด้านทักษะการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 323 ร้อยละ 26.9 ลำดับที่สองคือความเป็นกันเอง จริงใจ คิดเป็นความถี่ 214 ร้อยละ 17.8 ลำดับที่สามคือความอ่อนน้อมถ่อมตน คิดเป็นความถี่ 158 ร้อยละ 13.2 ลำดับที่สี่คือพูดคุยแบบพี่น้อง คิดเป็นความถี่ 135 ร้อยละ 11.3

ลำดับที่ห้าคือการพูดแบบเข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 130 ร้อยละ 10.8 ลำดับที่หกคือการเข้าไปทำความเข้าใจกับการเป็นส่วนตัวกับประชาชน คิดเป็นความถี่ 127 ร้อยละ 10.6 และลำดับสุดท้ายคือการทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย คิดเป็นความถี่ 113 ร้อยละ 9.4 ด้านความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน คิดเป็นความถี่ 319 ร้อยละ 26.6 ลำดับที่สองคือการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้กับประชาชนอย่างเร่งด่วน คิดเป็นความถี่ 312 ร้อยละ 26.0 ลำดับที่สามคือการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน คิดเป็นความถี่ 292 ร้อยละ 24.3 และลำดับสุดท้ายคือการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน คิดเป็นความถี่ 277 ร้อยละ 23.1

ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม สรุปจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพและผลการวิจัยเชิงปริมาณ สามารถนำเสนอลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นด้านภูมิหลังประกอบด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นให้ความสำคัญคำพูดและการกระทำ ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง การวิจัยเชิงปริมาณที่มีความต้องการให้ลักษณะผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นพูดจริงทำจริง มีการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนผ่านกิจกรรมต่างๆ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นด้านทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีความจริงใจ แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ แสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความเข้าใจกับการเป็นส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ การทำให้กับประชาชนในพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การวิจัยเชิงปริมาณที่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง มีการแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีความจริงใจ มีการพูดคุยแบบที่อ่อนน้อมถ่อมตน มีการพูดแบบเข้าใจง่าย มีการเข้าไปทำความเข้าใจกับการเป็นส่วนตัวกับประชาชน มีการทำให้กับประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นด้านความเป็นผู้นำทางการเมือง ประกอบด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการทำเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน การวิจัยเชิงปริมาณที่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน มีการแก้ไขปัญหาให้ประชาชนที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชน มีการให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน มีการ

ดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนอย่างเร่งด่วน สามารถสรุปลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 4.3 แผนภาพสรุปลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม

จากภาพที่ 4.3 สรุปลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ด้านภูมิหลังเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง ความเป็นกันเอง แสดงออกถึงความจริงใจ แสดงออกถึงความ เป็นพี่น้อง แสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความ รู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ การทำให้กับประชาชนในพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ด้านทักษะการสื่อสารของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ โดยเน้นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง การใช้ภาษาท้องถิ่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปพูดคุย

กับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวในการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ การพูดคุยแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การพูดคุยแบบมีความสนุกสนาน การพูดความจริงเรื่องจริง การพูดเน้นย้ำบ่อยๆ การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน การแสดงออกถึงความจริงใจ การแสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การแต่งกายลักษณะเดียวกับประชาชนในพื้นที่ ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรักษาคำพูด การพูดจริง ทำจริง ด้านความเป็นผู้นำทางการเมืองของลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การดูแลกับประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและมีความเท่าเทียมกัน การรับฟังเรื่องราวของประชาชนในพื้นที่ว่ามีความต้องการด้านใด มีความเดือดร้อนด้านใด ผ่านช่องทางต่างๆ เช่นการประชุม การประชาคม การรับเรื่องร้องทุกข์ และนำเอาข้อมูลความต้องการความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่มาแก้ไข ปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยให้มีความเท่าเทียมกันในพื้นที่

ส่วนที่ 2 : ผลการวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

ในส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การนำเสนอผลการวิจัย 1) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีรายละเอียดคือ การวางแผนการสื่อสารประกอบด้วย การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสาร การกำหนดสื่อและกิจกรรม การกำหนดงบประมาณ และการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผลของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม การดำเนินการสื่อสารประกอบด้วย การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติการสื่อสาร การดำเนินงานและการประสานงาน การกำกับและการควบคุมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม การประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วย การประเมินการรับรู้ของประชาชน การประเมินกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม 2) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชนโดยตรง ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน มีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ มีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล มีการให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในส่วนของการรวบรวมการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) การวางแผนการสื่อสาร 2) การดำเนินการสื่อสาร 3) การประเมินผลการสื่อสาร มีประเด็นหลักดังต่อไปนี้ การประเมินการรับรู้ของประชาชน การประเมินกิจกรรม ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม

1.1 การวางแผนการสื่อสาร ประกอบด้วยการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสาร การกำหนดสื่อและกิจกรรม การกำหนดงบประมาณ และการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผลของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า

1.1.1 การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ในการวางแผนเพื่อติดต่อสื่อสารกับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการวางแผนโดยมีทีมงานมาร่วมกันวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ กระจายตามพื้นที่หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลงพื้นที่ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน เมื่อได้ข้อมูลปัญหา ความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่แล้วนำมาปรับเป็นแผนในการกำหนดนโยบาย การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ในการติดต่อสื่อสารประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเพราะการที่มีข้อมูลพื้นฐานในด้านต่างๆในพื้นที่โดยเฉพาะเรื่องของปัญหาและความต้องการของประชาชน ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการวางแผนนั้นผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะวางแผนด้วยตนเอง มีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน มีการใช้กลยุทธ์การตลาดมาร่วมในการวางแผนการสื่อสารดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เวลาจะลงหาเสียงก็มีการวิเคราะห์ ว่าบ้านไหนคนของเราเยอะ เน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การวางแผนโดยการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์แบ่งเป็นอำเภอ ในหนึ่งอำเภอจะมีเครือข่าย เป็นคนคอยช่วยเหลือกัน ทั้ง 20 อำเภอ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...คนที่มาช่วยวางแผนอาจจะเป็นสื่อมวลชน NGO พระสงฆ์ ข้าราชการที่เกษียณแล้ว ได้รับความคิดหลายๆ คนมาเป็นแผนงาน...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การวิเคราะห์แบบกลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดตำแหน่งครองใจ นำมาใช้ในการวางแผน...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...วางแผนจัดคนดูแลเป็นโซน และทำการวางแผนด้วยตัวเอง...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...คนที่วางแผนได้จะต้องรู้ข้อมูล เมื่อรู้ข้อมูลก็นำข้อมูลความต้องการของแต่ละที่มาปรับเป็นแผน...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ก่อนเลือกตั้งต้องรู้ข้อมูล สมมุติบ้านนี้มี 300 จะทำยังไงให้ได้ 170-200 โดยเน้นการไปหาแต่ละหมู่และดูจำนวนคนของเรา ส่วนคนที่เหลือถ้าเราพูดไม่ได้ก็ใช้คนของเราที่พูดได้ไปพูดให้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เราเป็นสายเลือดคนทำงาน จะมาพัฒนาคนทำงาน เดินไปเคาะทุกบ้าน เดินได้ทุกบ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การเน้นเรื่องการส่งเสริมให้คนในหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน ประชุมกันว่าอยากทำอะไรต้องการอะไร...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เพื่อนที่ทำงานที่ลงสมัครด้วยกัน สมาชิกในพื้นที่เป็นข้อมูลการวางแผน จุดอ่อนจุดแข็งเป็นยังงี้ก็หาข้อมูลมาวิเคราะห์...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ ในการวางแผน เพื่อติดต่อสื่อสารกับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างนิยามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกำหนดวัตถุประสงค์โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ ส่วนใหญ่เป็น

เรื่องของการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค การจัดการน้ำ ถนน ไฟฟ้า ประปา การศึกษา คุณภาพชีวิต ผู้ตัดสินใจในการกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองจะเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเองโดยจะมีเครือข่ายช่วยให้ข้อมูลต่างๆ ประกอบการตัดสินใจ การกำหนดเรื่องต่างๆ ในวัตถุประสงค์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่และการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ การกำหนดความสำคัญของก่อนหลังของวัตถุประสงค์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม คือการเลือกโดยดูจากปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญเรื่องไหนที่สามารถดำเนินการได้ในอำนาจหน้าที่ของตนเองจะดำเนินการอย่างเร่งด่วนผ่านกลไกต่างๆ เรื่องไหนที่ไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองก็จะประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการในเรื่องต่างๆ แทนโดยมีการสื่อสารไปยังประชาชนว่าได้มีการประสานไปอย่างไร ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...เรื่องพื้นที่ เรื่องการเกษตร เรื่องน้ำ ปัญหาใหญ่ๆ คือเรื่องถนนหนทาง ถ้าทางไม่ดีชาวบ้านก็จะเดินทางลำบาก อีกสิ่งสำคัญก็คือเรื่องสุขภาพ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...การพัฒนาเมือง เศรษฐกิจที่ดี สังคมที่ดี สิ่งแวดล้อมที่ดี ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การพัฒนานครหาดใหญ่ให้เป็นเมืองสวัสดิการ การนำสายฟ้าลงดิน การแก้ปัญหาน้ำท่วม...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...คุณภาพชีวิตจะดีทุกด้าน การศึกษาขั้นพื้นฐานจะเป็นเลิศ เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนและการศึกษา...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...นโยบายดูแลผู้สูงอายุ นโยบายผันน้ำจากอ่าง บริหารให้การประปามีกำไร ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี มีการศึกษา พัฒนาสิ่งแวดล้อม เพียบพร้อมการกีฬา
ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ถนน ไฟฟ้า ประปา เพราะว่า อบต.เกิดมาเพื่อแก้ปัญหาพวกนี้ เพราะเป็นปัจจัย
แก้ปัญหาขั้นพื้นฐาน แต่ทุนทางสังคมที่มาพัฒนาคือทุนของคนอย่างเดียว...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...เราเน้นการสร้างคน สร้างลูกน้อง ใครที่เข้ามาหาเราส่วนมาร้องทุกข์มาให้
แก้ปัญหา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...โครงสร้างพื้นฐานเป็นนโยบาย เน้นเรื่องการศึกษา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน เพื่อติดต่อสื่อสารกับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มเป้าหมาย การดูแลประชาชนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน การวางแผน ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน โดยมีการนำ ข้อมูลของประชาชนในพื้นที่เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ในบางพื้นที่มีการกำหนดกลุ่มเด็กและ ผู้สูงอายุเนื่องจากในพื้นที่มีเด็กและผู้สูงอายุเป็นจำนวนมาก หลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการ แบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารแบ่งออกตามช่วงอายุของทีมงานที่มีอยู่ว่าอยู่ในช่วงอายุไหนก็ดูแล กลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุนั้น และการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามพื้นที่ตามหมู่บ้าน ตำบล อำเภอเพราะ ปัญหาและความต้องการของแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน ในส่วนของพื้นที่ที่มีขนาดเล็กผู้นำทาง การเมืองท้องถิ่นจะมีความพยายามในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกคนด้วยตนเอง ในส่วนของพื้นที่ที่ มีขนาดใหญ่ประชากรมีจำนวนมากก็จำเป็นต้องใช้สื่อต่างๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังกลุ่มผู้ให้ ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง เราปฏิบัติกับทุกคนเหมือนกันเท่ากัน ไม่เลียมล้ำถือว่าทุกคน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ กลุ่มสตรี กลุ่ม อสม. กลุ่มแม่บ้าน กลุ่ม
กำนันผู้ใหญ่บ้าน ถือว่าทุกกลุ่มเท่าเทียมกัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ทุกคนมีคุณค่าคือ 1 เสียงเท่ากัน ถ้าเราทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจในบริบทที่
ถูกต้องแล้วอะไรดีๆ เกิดขึ้นผมคิดว่าสังคมน่าจะเป็นสังคมสมัยใหม่ที่พอจะ
เข้าใจได้ แล้วจะทำให้เมืองนี้เป็นเมืองที่ยั่งยืนได้จริงๆ เพราะว่าเดินในสิ่งที่
ถูกต้อง...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...คนทุกกลุ่ม และบางกลุ่มมีความแตกต่างกันด้านศาสนา กลุ่มด้านความเชื่อ
กลุ่มด้านเพศ อายุ กลุ่มอาชีพ แม้กระทั่งวัย มันต้องมีทุกส่วนประกอบกัน ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นคนแก่อาศัยอยู่กับหลาน...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...หมู่บ้านมีเฉพาะเด็กและคนชรา ทำให้คิดว่าหาทางดูแลคนเหล่านี้คงจะ โดนใจ
คนทั่วไป...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ในอบต.มีทั้งหมด 14 หมู่ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เรามี 11 หมู่หน้าจะกระจายทั้ง 11 หมู่ ครอบคลุมทุกๆคนทุกๆ หมู่บ้านให้เท่ากัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...ถ้าวัยกลางคนก็อายุ40กว่า เป็นรุ่นเราและโตมาด้วยกัน เราก็จะดูแลเอง
ส่วนวัย45ขึ้นไปก็มีรองนายกกับเลขาคูแล ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ทั้ง 15 หมู่บ้านในพื้นที่มีเด็ก ผู้สูงอายุ คนทำงาน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.4 การกำหนดสาร ประกอบด้วยการกำหนดเนื้อหาของสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดนโยบายเน้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ในทุกๆ มิติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ การกำหนดนโยบายการกำหนดการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบสารในการวางแผนเพื่อติดต่อสื่อสารกับประชาชนของผู้นำทางเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การกำหนดสารนั้นมีการนำปัญหาและความต้องการในพื้นที่นำมาปรับเป็นนโยบายในการสื่อสารกับประชาชน ผู้นำทางเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสาธารณูปโภค การศึกษา คุณภาพชีวิต เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบาย สั้นๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย บางพื้นที่มีการใช้ภาษาท้องถิ่นและการแสดงถึงความเป็นคนในพื้นที่ความต้องการจะพัฒนาพื้นที่บ้านเกิด ในส่วนของพื้นที่ที่เป็นเขตเมืองอย่างเช่น เทศบาลนครจะมีการกำหนดเนื้อหาของสารที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ เน้นเรื่องของการมีวิสัยทัศน์ แนวทางการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ความหลากหลายในเรื่องของศาสนาโดยเฉพาะพื้นที่ที่มีการกำหนดสารที่จะตอบสนองตามหลักของศาสนา ในส่วนของพื้นที่ที่เป็นเทศบาลนครหรือเขตเมืองนั้นการกำหนดสารนั้นจะต้องมีการนำเสนอวิสัยทัศน์ที่มีความโดดเด่นมากกว่า การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนเขตเมือง ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...การกำหนดเนื้อหาเน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...เน้นการศึกษา สุขภาพ และการแก้ไขปัญหาเรื่องน้ำที่ชาวบ้านมีปัญหา การพูดภาษาชาวบ้าน คำพูดอีสานก็พูดอีสานกับเค้า การใช้ภาษาเดียวกันกับชาวบ้านจะง่ายในการเข้าหาเข้าถึง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...เศรษฐกิจดี สังคมดี สิ่งแวดล้อมดี การศึกษาของท้องถิ่น ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม และบางกลุ่มมีความแตกต่างกันด้านศาสนา กลุ่มด้านความเชื่อ กลุ่มด้านเพศ อายุ กลุ่มอาชีพ แม้กระทั่งวัย ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...คุณภาพชีวิตจะดีทุกด้าน การศึกษาขั้นพื้นฐานจะเป็นเลิศ เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนและการศึกษา...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...นโยบายที่เน้นการพัฒนา นโยบายดูแลผู้สูงอายุ นโยบายผันน้ำจากอ่างเก็บน้ำที่อยู่ใกล้ 5 กิโลเมตรมาใช้ในชุมชน และนโยบายการบริหารให้การประปาของเทศบาลให้มีกำไร...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี มีการศึกษา พัฒนาสิ่งแวดล้อม เพียบพร้อมการกีฬา ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เราเป็นสายเลือดคนทำงาน จะมาพัฒนาคนทำงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การเน้นเรื่องการตอบสนองความต้องการของชาวบ้าน โดยผ่านเป็นมติของชุมชน ทาง อบต เป็นหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เริ่มจากสิ่งที่ชาวบ้านต้องการก่อน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเรื่องของคุณภาพชีวิต ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.5 การกำหนดสื่อและกิจกรรม ประกอบด้วยการวางแผนด้านการใช้สื่อและกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองเป็นหลัก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้ายประชาสัมพันธ์ รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ การปราศรัยเพื่อประชาสัมพันธ์ตนเองและนโยบาย สื่อหลักที่สำคัญคือสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นไปด้วยตนเองหรือให้เครือข่ายไปในการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อที่หลากหลาย ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละสื่อก็จะมีการ

แบ่งออกว่าในช่วงเวลาใดควรใช้สื่อประเภทใด ในบางพื้นที่การใช้รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์จะต้องวิ่งในช่วงเวลาที่ประชาชนอยู่ที่บ้านคือช่วงเช้าและช่วงเย็น จะไม่เปิดเสียงดังจนเกินไปเน้นการใช้เพลงประกอบที่สนุกสนานสลับกับการเน้นย้ำชื่อและเบอร์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น เส้นทางในการวิ่งของรถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ ในส่วนของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นหลัก ในการกำหนดสื่อและกิจกรรมนั้นจะมีการวางแผนอย่างชัดเจนว่าในช่วงเวลาใดควรจะนำเสนอสารผ่านสื่อหรือกิจกรรมใด โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เป็นเทศกาลตามประเพณี นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะประชาชนในพื้นที่ให้ความสำคัญเทศกาลตามประเพณี หรือในช่วงเวลาการรณรงค์หาเสียงก็จะมีการกำหนดสื่อและกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคนอย่างต่อเนื่อง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“...เน้นปราศรัยเยอะ มีรถหาเสียง ไลน์ใช้เฉพาะตอนเลือกตั้ง มีผู้ใหญ่บ้านกำนันเป็นตัวแทนของทุกอำเภอ การเลือกตั้งไม่เน้นสื่ออย่างอื่นแต่เน้นตนเองลงพื้นที่หาชาวบ้าน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ใช้ทุกอย่างสื่อ ป้าย รถแห่ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ ทุกอย่างเพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเองให้คนรู้จัก และถึงพื้นที่แบบนอนค้างคืนในอำเภอ ทีมงานที่มีกระจายทั้ง 20อำเภอ มีการปราศรัยเป็นอำเภอๆเพราะพื้นที่ใหญ่ ปราศรัยครั้งละประมาณ 1 ชั่วโมง ช่วงเวลาปราศรัยที่สำคัญคือช่วงที่คนอยู่รวมกันคือช่วงเช้าก่อนเที่ยง เน้นการลงพื้นที่เข้าถึงประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ใช้กิจกรรมเข้าไปสื่อสาร กิจกรรมที่ทำให้ประชาชนรับรู้และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกับประชาชน มีการใช้ป้ายเพื่อการประชาสัมพันธ์...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การใช้สื่อต้องแบ่งสื่อออกมาเป็นหลายชนิด ทั้งสื่อบิลบอร์ด ไปปลิว คัทเอ๊าท์ แบรนต์เนอร์ที่ติดหน้าบ้าน วิทยุ ที่สำคัญก็คือสื่อมวลชนมีส่วนมาก ปราศรัย เคนรณรงค์ หาเสียงการเข้าถึง การพบปะพูดคุย ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...การประชุมสัมพันธ์ ลงพื้นที่ ประชุมร่วมกับชุมชน ใช้หอกระจายข่าวเป็นหลัก เเคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ไลน์กลุ่ม และทำกิจกรรมบ่อยๆ ใช้กิจกรรม ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อม ตอนหาเสียงก็รดแห่ประชุมสัมพันธ์ เปิดเพลงลูกทุ่ง บอก ชื่อ เบอร์ สโลแกน ใช้วิธีลงพื้นที่ตั้งแต่เขต 1 ลงไป และจำชาวบ้านได้ทุกหลัง เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นคนแก่อาศัยอยู่กับหลานบ้าง ถ้าไปเจอคนที่ไม่ชอบก็ต้องยังเข้าไปเพื่อเค้าจะเปลี่ยนใจ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ลงพื้นที่ทุกวันเจอชาวบ้านตามไร่นา มีการตั้งเวทีปราศรัย ใช้ป้ายหาเสียง มีการเข้าหาบุคคลที่มีความศรัทธาจากกลุ่มชาวบ้าน ต้องทำการบ้านเลือกตลอดเวลาจากการดูรายชื่อ ทำแผนที่ส่วนตัวและตั้งตัวแทนถ้าชาวบ้านมีเรื่องราวอะไรให้บอกกับตัวแทน เราต้องลงไปหาทุกคน ทำให้เราจำชื่อสกุลของทุกคนได้หมด...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ทำให้คนรู้จักด้วยการประชุมสัมพันธ์ ใช้การพูดบอกเบอร์ ใช้ป้ายหาเสียง ใช้รถหาเสียง 2 – 3 คัน วิ่งสลับกันเช้า/เย็น/มิด เพราะช่วงกลางวันคนไปนาทำให้การประชุมสัมพันธ์ไม่ค่อยได้ผล มีการอัดเสียงบวกกับเปิดเพลงสนุกสนานโดยไม่ใช้เพลงอีสานแต่ใช้เพลงไทยเพราะได้ทั้งคนรุ่นใหม่และรุ่นเก่าที่รู้จัก พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน เพราะที่นี้ไม่มีเวทีปราศรัย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ขึ้นป้ายก่อน 8 เดือน ในป้ายมีรูป ชื่อ และสโลแกนว่าเราเป็นสายเลือดคนทำงาน จะมาพัฒนาคนทำงาน เดินไปเคาะทุกบ้าน เดินได้ทุกบ้าน สวัสดิ์ได้ทุกคน อาศัยความเป็นเด็กเข้าไปสวัสดิ์ทุกคน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...ลงพื้นที่เดินพูดคุยกับชาวบ้าน และมีป้ายเขียนเอง ใช้รถของผู้นำหมู่บ้านวิ่งหาเสียงใช้วิธีไปบ่อยๆแต่เปิดเสียงเบาๆ หลังจากรับตำแหน่งก็ประชุมสัมพันธ์โดยลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสียงตามสาย รถประชุมสัมพันธ์ ผักผู้ใหญ่บ้านประชุมสัมพันธ์...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เน้นการจะลงสัมผัสทุกครอบครัวทุกครัวเรือน มีเปิดเวทีปราศรัย ไปสเตอร์
บัตรแข็ง สปอร์ตโฆษณาที่ใช้รถแห่ รถแห่ต้องออกหน้าไปด้วยแล้วผมขับ
มอเตอร์ไซด์ตามหลังการลงไปสัมผัสกับชาวบ้านเป็นวิธีที่ดีที่สุด ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.6 การกำหนดงบประมาณ ประกอบด้วยผู้กำหนดงบประมาณในการสื่อสาร
ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า
ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะเป็นผู้กำหนดงบประมาณในการสื่อสารด้วยตนเองว่างงบประมาณใน
การสื่อสารจะเป็นไปตามการวางแผนโดยเน้นไปที่สื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้โดยตรง
การพิจารณาการกำหนดงบประมาณของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม
การกำหนดงบประมาณมีความระมัดระวังเป็นอย่างมากเนื่องจากการกำหนดโดยคณะกรรมการ
การเลือกตั้ง (กกต.) ในเรื่องดังกล่าวผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพิจารณาจากการกำหนดตาม
กฎหมายการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เป็นสำคัญ การกำหนดงบประมาณ
ในช่วงของการเลือกตั้งนั้นจะเน้นไปในการใช้จ่ายเรื่องของสื่อและกิจกรรม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
ได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...ไม่เกินตามกฎหมายการเลือกตั้งที่กำหนด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ปฏิบัติตามกฎหมายของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ปฏิบัติตามกฎหมายการเลือกตั้งที่กำหนด...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ปฏิบัติตามกฎหมายการเลือกตั้งที่กำหนด...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ปฏิบัติตามกฎหมายการเลือกตั้งที่กำหนด ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ตามประกาศของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...ปฏิบัติตามคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ที่กำหนดมาให้...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.1.7 การกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล ประกอบด้วยการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล ในการวางแผนเพื่อติดต่อสื่อสารกับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการรับฟังเรื่องราวของประชาชนว่ามีความต้องการ มีความเดือดร้อน โดยการลงพื้นที่ด้วยตนเองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน การรับเรื่องร้องทุกข์ การประชุม การประชุม และรับดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน หลังจากนั้นก็จะให้ทีมงานลงพื้นที่ไปสอบถามว่าการแก้ไขนั้นเป็นอย่างไรเป็นการพิจารณาวิธีการติดตามประเมินผลของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การประเมินนั้นผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการประเมินผลแบบง่าย ๆ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ในการลงพื้นที่ไปพูดคุยด้วยตนเองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการประเมินตั้งแต่การดำเนินการมีการรวบรวมข้อมูลที่เป็นปัญหาหรือความต้องการของประชาชนในพื้นที่และนำมาดำเนินการทำให้เป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนทำให้การประเมินผลนั้นมีความจำเป็นน้อยลง ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...ไม่ได้เชื่อกว่าเค้าชอบไม่ชอบ แต่เราไปทำสิ่งที่เค้าต้องการส่วนมากก็ต้องชอบอยู่แล้ว ที่เค้าไม่ชอบเราจะทำทำไม ทำตามที่เค้าต้องการ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...เมื่อเราแก้ปัญหาเค้าไม่ตรงจุด แต่ถ้าแก้ปัญหาเค้าได้ตรงจุดความพึงพอใจก็จะมากขึ้น ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...มันอยู่ที่วิธีคิดวันนี้เราอาจจะบอกว่าสิ่งที่เราทำผมใช้คำว่าประโยชน์ส่วนรวม ถูกต้อง ชัดเจนมากที่สุด แต่เราจะไม่ถามว่าคนจะถูกใจไหมบางทีมันก็บอกยาก ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ถ้าเป็นของพวกเราไม่มีการประเมิน เราแค่ถามก็รู้แล้วไม่ได้ต้องถึงขนาดนั้น และอีกอย่างหนึ่งการทำการเมืองไม่จำเป็นต้องเอาวิชาการมาจับ 100% ต้องดูหลายๆ ปัจจัย ถ้าได้คือได้ ไม่ได้คือไม่ได้ ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ประเมินโดยใช้วิธีการศึกษาความรู้ลึกของชาวบ้าน ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ดูจากสีหน้ากับแววตาทำให้รู้ และดูจากการลงคะแนน ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การประเมินจะมีคนคอยเช็คข้อมูล สอบถามกับชาวบ้าน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ที่นี้เป็นตำบลไม่ใหญ่ ก็ทำให้ชาวบ้านดูผลงาน การที่เค้าว่ามาหรือบอกว่าตรงนี้ ชำรุด ก็จะเป็นผลสะท้อนกลับมาหาเราแทบทุกวัน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...มองตากี่รู้ เพราะคนที่ชอบถ้าคุยกันก็จะเข้าใจ แต่คนที่ไม่ชอบคุยกันก็จะ ลุกลีลุกกลน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ผมจะประเมินด้วยตัวเองจะไม่ใช้หลักการประเมินเหมือนคนอื่น จากการที่เรา ลงไปพบกับชาวบ้านเราจะรู้ว่าคนนี้จะเลือกเราหรือไม่เลือกเรามันสามารถ ประเมินได้ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2 การดำเนินการสื่อสาร ประกอบด้วยการจัดโครงสร้างองค์กร การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติการสื่อสาร การอำนวยการงานและการประสานงาน การกำกับและการควบคุมของผู้นำทาง การเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า

1.2.1 การจัดโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วยการจัดตั้งศูนย์บรรณรักษ์หาเสียงเลือกตั้ง ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการจัดตั้งศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ใช้บ้านตนเองเป็นที่ตั้ง การดำเนินการด้านการจัดโครงสร้างองค์การของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การจัดโครงสร้างในเรื่องของทีมงานในพื้นที่ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการจัดการดูแลพื้นที่โดยแบ่งออกเป็นตามอำเภอ ตำบล หมู่บ้านมีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ ในพื้นที่ขนาดเล็กไม่ใหญ่มีการทำแผนที่และคนที่อยู่ในบ้านแต่ละหลังในพื้นที่อย่างละเอียด ในส่วนของบุคลากรในโครงสร้างองค์กรนั้นจะกำหนดตามพื้นที่เป็นหลักโดยนำเอาทีมงานเครือข่ายเป็นผู้ดำเนินการในด้านต่างๆ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...แน่นอนว่าต้องมีฐานที่แน่น ก็กำหนดว่าจะไปตรงนั้นก่อน ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง หาหัวคะแนนที่เป็นพวกเรา...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...มีการแบ่งร้อยเอ็ดเป็น 4 โซน เหนือ ตะวันออก ใต้ ในหนึ่งอำเภอจะมีเครือข่ายนายก เป็นหัวคะแนน เป็นพรรคพวกคอยช่วยเหลือกัน เป็นทีมงานที่มีกระจายทุก 20 อำเภอ เพื่อความทั่วถึงต้องมีพรรคพวกพาเดินเวลาลงพื้นที่...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ผมไม่อยากใช้คำว่าทีม วันนี้ผมอยากใช้คำว่าความร่วมมือ มั่นร่วมเข้าไปฝังรากลึกอาจจะเทียบว่า ข้าราชการที่อยู่ในตำแหน่งหรือที่เกษียณแล้วบางคนมาช่วยโดยยอมเหนื่อย โดยไม่ได้มุ่งหวังอะไร...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...เรามีเครือข่ายแกนนำของเราในการประสานงาน ศูนย์อำนวยการเพื่อพบปะ แกนนำ ทีมงาน ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...จัดคนดูแลเป็น โซน และทำการประสานงานด้วยตัวเอง และลงพื้นที่ไปพร้อมกัน ในทีมมี 18 คน รวมสมาชิกเทศบาล...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ทำแผนที่ส่วนตัวและตั้งตัวแทนถ้าชาวบ้านมีเรื่องราวอะไรให้บอกกับตัวแทน ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การวิเคราะห์ก็มีแผนที่ส่วนตัว ระบุจำนวนประชากร ของเราเท่าไร ของเค้าเท่าไร ในบางบ้าน พ่อเป็นของเค้า แม่เป็นของเรา เราก็คิดทำยังไงให้ได้ลูกโดยการโยนคนเข้าไปหา ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เครือข่ายไม่ใช่เพียงแค่แกนนำอย่างเดียวแต่เป็นชาวบ้านทุกคน ที่นี่เป็นตำบลไม่ใหญ่ แผนที่ทุกอย่างอยู่ในหัว ว่าบ้านหลังนี้มีใครอยู่กี่คน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...มี 10 หมู่ เนื่องจากคนพื้นที่และลงพื้นที่กับกำนันผู้ใหญ่บ้านในแต่ก่อน ทำให้คนรุ่นเก๋ารู้จักคืออยู่แล้ว สองคือเห็นจากการที่เราลงพื้นที่เข้าไปในชุมชนเรื่อยๆ เขียนเป็นแผนที่ของตัวเองว่าบ้านนี้มีใครบ้าง และจำทุกอย่างจำนิสัยแต่ละคนไว้กับตัวเอง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...15 หมู่บ้านในพื้นที่ ไทยพุทธประมาณ 55% มุสลิมประมาณ 45% มิติของการเมืองสมัยนี้การลงไปสัมผัสกับชาวบ้านมันเป็นวิธีที่ดีที่สุด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.2 การจัดการทรัพยากร ประกอบด้วยการกำหนดการจัดคนเข้าทำงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะมีทีมงานเครือข่ายในรูปแบบต่างๆกระจายอยู่ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น เพื่อน ผู้สมัครที่ลงสมัครเป็นทีมเดียวกัน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เครือข่ายแกนนำ คนกลุ่มนี้จะดูแลพื้นที่โดยแบ่งพื้นที่ในการดูแล การลงพื้นที่ในคนกลุ่มนี้จะมีส่วนสำคัญในการพาลงเดินพื้นที่และการประชุมกันเป็นหลัก การกำหนดการจัดการเทคโนโลยีของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ในส่วนนี้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้การโทรศัพท์มือถือหาโดยตรงจากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...ดูว่าฐานเสียงมีกี่เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกันในทุกอำเภอ โดยเฉพาะผู้ใหญ่บ้านกำนัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ในหนึ่งอำเภอจะมีเครือข่ายนายก เป็นหัวคะแนน เป็นפקพวกคอยช่วยเหลือกัน เป็นทีมงานที่มีกระจายทุก 20 อำเภอ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ผมไม่อยากใช้คำว่าทีม วันนี้ผมอยากใช้คำว่าความร่วมมือ มันร่วมเข้าไปฝัง รากลึก...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...เครือข่ายแกนนำของเราในการประสานงาน ถ้าเขาต้องการอะไรเขาจะสะท้อน ความคิดที่เรา เขาไม่ชอบอะไรเขาก็จะบอกเรา ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...วางแผนจัดคนดูแลเป็นโซน และทำการประสานงานด้วยตัวเอง ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...โทรคุยกัน ให้รับผิดชอบงานของหมู่บ้านตัวเองและให้รายงาน เวลาเมื่อไรก็ให้ โทรมาบอก...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...มีคน 10กว่าคนเดินนำหน้า ค่อยถามชาวบ้านว่าบ้านแต่ละหลังมีคนอยู่ไหม ถ้า มีคนอยู่เราก็ตามเข้าไป ให้พาเราไปให้รู้จัก ไปหมู่บ้าน ก็เอาคนในหมู่บ้านพาเดิน เพราะ เราไม่รู้ชื่อหมู่บ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เข้ามาถ้าไม่ได้ออกไปไหนจะขี่มอเตอร์ไซด์ครอบตำบล คุณ้ำ คุณ้าว ถ้าเจอใคร ก็ทักทาย เจอผู้นำคนไหนก็กินกาแฟด้วยกัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การทำงานโดยเอาพื้นที่เป็นตัวตั้ง มีการแบ่งทีมไปตามวัยเพื่อการดูแล ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ยุทธศาสตร์การลงพื้นที่บางที่ผมรู้จักพื้นที่ไม่หมด เราต้องอาศัยสมาชิกในพื้นที่อย่างน้อยเป็นข้อมูลการวางแผน ทีมงาน ในโซนที่ 1 มี 5 หมู่บ้านที่บ้านหลัง นี้มีกี่คนผมจะหลับตานึกว่ามีใครบ้าง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.3 การปฏิบัติการสื่อสาร ประกอบด้วยผู้กำหนดการปฏิบัติการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะเป็นผู้กำหนดการปฏิบัติการสื่อสารโดยมีทีมงานในรูปแบบต่างๆ กระจ่ายอยู่ในพื้นที่เพื่อทำการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ หากมีปัญหาให้ติดต่อกลับมายังผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นโดยตรง การพิจารณาการปฏิบัติการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นใช้การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ สร้างมิตรไมตรีสร้างศรัทธา ในช่วงการเลือกตั้ง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีข้อความสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การใช้รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ การตั้งเวทีเพื่อการปราศรัย โดยมีการวางแผนว่าช่วงเวลาใดควรมีความถี่แตกต่างกันอย่างไรแต่ต้องมีการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่องด้วยตนเองผ่านกิจกรรมต่างๆ หากไม่มีกิจกรรมก็จะใช้การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อรถแห่ประชาสัมพันธ์ เน้นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เราปฏิบัติกับทุกคนเหมือนกันเท่ากัน ไม่เลียมล้ำถือว่าทุกคนคือพวกของเราหมด เราต้องเอาศรัทธาเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ต้องสร้างเพื่อนวันละคนทำให้เป็นจุดได้เปรียบผู้ต่อสู้ไม่สร้างศัตรูสร้างแต่เพื่อน การคุยกับชาวบ้านจะใช้หลักวิชาการมากเกินไปไม่ได้ ต้องใช้ความสนุกสนานและเดิมสิ่งที่เราอยากจะทำให้เค้าเข้าไป ทำให้ไม่เบื่อในการฟัง ถ้าเลยเที่ยงไม่ไปแล้วการบรรยายที่ไหนก็ไม่ประสบความสำเร็จ กับช่วงเวลาหนึ่งละครจะเป็นเวลาที่เรานำเข้าไปไม่ถึงประชาชน ยิ่งใจดูทีวีก็ดีกว่าดูคนพูดกัน ช่วงเวลาปราศรัยที่สำคัญคือช่วงที่คนอยู่รวมกันคือช่วงเช้าก่อนเที่ยง ช่วงที่แดดไม่ร้อนถ้าแดดร้อนจะไม่มีคนฟัง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...วันนี้เราจะบอกว่าเราไม่ได้มองว่ากลุ่มไหนเป็นกลุ่มหัวคะแนนใหม่ เป็นฐานคะแนนใหม่ ผมมองว่าทุกคนมีคุณค่าคือ 1 เสียงเท่ากัน ถ้าเราทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจในบริบทที่ถูกต้องแล้วอะไรดี...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...หลักที่ผมใช้แล้วก็นำเสนอนโยบายใหม่ๆ โดยวิธีการง่ายๆ ขึ้นด้วยรูปภาพกับข้อความสั้นๆ แล้วก็การขึ้นเวทีปราศรัยของเรานำเสนอเหมือนเปิดตัวคารา มีการฉายสไลด์มัลติวิชั่นก่อนแล้วมีเพลงประกอบจากนั้นขึ้นเวทีปราศรัย ป้ายที่ติดตามเสาไฟฟ้าคนจะเห็นทั่วและเร็วเปลี่ยนแปลงได้เร็ว ถ้าคิดว่าเรารู้จักพลิกแพลงมันจะใช้ประโยชน์ได้มาก เปลี่ยนแปลงข้อความข่าวสารได้เยอะมาก บัตรเล็กได้ผลบัตรเล็กเป็นบัตรที่ห้วคะแนนใช้แจกตามบ้านอย่างน้อยให้เขาได้ย่ำเบอร์...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...การทำงานถ้าไม่ประชาสัมพันธ์ก็จะไม่มีใครรู้ เหมือนกับเราไม่ได้ทำ หัวใจใหญ่คือการประชาสัมพันธ์ รถแท่นประชาสัมพันธ์ เปิดเพลงลูกทุ่ง บอกชื่อ เบอร์ สโลแกน การพูดคุยตามบ้าน...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ลงพื้นที่ทุกวันเจอชาวบ้านตามไร่นา ถ้าเราทำงานให้เยอะ เราก็จะเจอคนเยอะ ได้เสวนากับคนมากมาย เราต้องใช้เวลา ต้องพูดให้มาก มีป้าย ขึ้นชื่อ เบอร์เลือกตั้ง และนโยบายที่เน้นการพัฒนา ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การเดินรณรงค์หาเสียงมีคน 10 กว่าคนเดินนำหน้า ค่อยถามชาวบ้านว่าบ้านแต่ละหลังมีคนอยู่ไหม ถ้ามีคนอยู่เราก็ตามเข้าไป ให้พาเราไปให้รู้จัก ไปหมู่บ้าน 1 ก็เอาคนในหมู่บ้านพาเดิน เพราะเราไม่รู้ชอกรู้ชอย การใช้รถหาเสียง 2-3 คัน วิ่งสลับกันเข้า เย็น มีด ทำการแบ่งโซน รถประชาสัมพันธ์หาเสียง 2 คัน วิ่งคนละฟาก เข้าๆ ก่อนคนไปทำงานก็จะได้ยินเสียงรถประชาสัมพันธ์ มีการเปิดเสียงประชาสัมพันธ์บวกกับเปิดเพลงสนุกสนาน โดยไม่ใช่เพลงอีสานแต่ใช้เพลงไทยเพราะได้ทั้งคนรุ่นใหม่และรุ่นเก่าที่รู้จัก แต่ก่อนตอนขับรถขายเงาะ ทำให้เรารู้จังหวะที่มีชาวบ้านอยู่ และตรงไหนไม่มีคนอยู่ ได้เก็บตรงนี้มาใช้กับรถประชาสัมพันธ์หาเสียง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เข้ามาถ้าไม่ได้ออกไปไหนจะจิ้มมอเตอร์ไซค์ดูรอบตำบล ดูน้ำ ดูข้าว ถ้าเจอใครก็ทักทาย เจอผู้นำคนไหนก็กินกาแฟด้วยกัน เดินไปเคาะทุกบ้าน เดินได้ทุกบ้าน หัวดีได้ทุกคน อาศัยความเป็นเด็กเข้าไปสวัสดิ์บ้านทุกคน ต้องเดินถึงผู้ใหญ่จะเมตตาอยู่แล้วเป็นการหาเสียงโดยใช้คำพูด บอกวัตถุประสงค์ว่าเราจะทำอะไรจะเปลี่ยนยัง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...เคนคุย มีป้ายเขียนเอง เขียนน้อย มีเบอร์ มีชื่อ มีรูป มีชื่อกลุ่ม เพราะเขียนเยอะ คนก็ไม่อ่าน แต่ก็มันโยบายด้วย มีรถของผู้นำหมู่บ้านวังหาเสียง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ตอนหาเสียงผมจะลงสัมผัสทุกครอบครัวทุกครัวเรือน สมมติว่ามีครัวเรือนทั้งหมด 4,000 ครัวเรือน ผมก็ต้องลงทั้งหมด บางพื้นที่รถยนต์เข้าไปไม่ได้เราก็ต้องใช้รถมอเตอร์ไซด์ ถ้ามอเตอร์ไซด์เข้าไม่ถึงเราก็ต้องเดินเท้า ไปเกือบทั้งหมด นอกจากว่าบางครัวเรือนชาวบ้านไม่อยู่ ใช้สื่อทั้งโปสเตอร์ บัตรแข็ง สปอร์ต โฆษณาที่ใช้รถแห่ การปราศรัย...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.4 การอำนวยความสะดวกและการประสานงาน ประกอบด้วยการดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวก และการประสานงาน ภายใน ภายนอก ผู้รับผิดชอบในการประสานงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การประสานงานเน้นการประสานงานโดยตรงด้วยตนเอง ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการอำนวยความสะดวกและมีคนในครอบครัวช่วยเหลือ ในส่วนของการประสานงานจะใช้การพูดคุยผ่านโทรศัพท์เป็นหลักโดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะเป็นผู้ประสานเอง ในส่วนของการประสานงานภายนอกนั้นผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจะให้ทีมงานและเครือข่ายเป็นผู้ช่วยประสานงานกับประชาชนในพื้นที่เป็นหลักเนื่องจากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นไม่สามารถเข้าไปถึงประชาชนในพื้นที่ได้ทั้งหมดแต่ประเด็นต่างๆในการสื่อสารนั้นจะถูกกำหนดมาจากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...การประสานงานเน้นโทรศัพท์คุยมากกว่า มีตัวแทนของตำบลที่ไปทำงานให้เป็นคนส่งไป ทำให้เราก็เดือดร้อนว่าหมู่บ้านนั้นได้ตำบลนั้นได้แต่เค้ายังไม่ได้เราก็ต้องพยายามทำให้ทั่ว...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ประชุม ดูแนวทางแผนที่ละ โชนด้วยตัวเอง ต้องสร้างเพื่อนวันละคนทำให้เป็นจุดได้เปรียบผู้ต่อสู้ไม่สร้างศัตรูสร้างแต่เพื่อน การประสานงานเน้นโทรคุยมากกว่า ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...รูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ พุดคุยกัน ติดต่อกัน หรือบางที่พบปะกันในทุกสถานที่ก็ได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งโดยเฉพาะคณะสงฆ์ เชียงราย...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ใช้การโทรศัพท์หากันกับทีมงาน ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ทำการประสานงานด้วยตัวเอง ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ด้วยระบบที่ไม่ใช่การเอาคนคุมระบบ แต่เป็นการเอาระบบมาคุมคน ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ติดต่อโดยการโทรคุยกัน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เข้ามาถ้าไม่ได้ออกไปไหนจะขี่มอเตอร์ไซด์ดูรอบตำบล คุณน้ำ คุณข้าว ถ้าเจอใครก็ทักทาย เจอผู้นำคนไหนก็กินกาแฟด้วยกัน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การประสานงานด้วยตัวเองโทรคุยกัน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...มีการจัดตั้งศูนย์ในต่อนหาเสียงที่บ้าน แต่ละวันจะมีช่วงเช้ากับช่วงเย็นที่ทำงาน ช่วงเช้าเราจะวางแผนก่อนออกเดินทางจะคุยอีกครั้งหนึ่ง หลังจากนั้นต้องโทรถามสมาชิกเพื่อสรุปงาน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2.5 การกำกับและการควบคุม ประกอบด้วยการดำเนินการด้านการกำกับและการควบคุมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการกำกับและควบคุมด้วยตนเองและมีทีมงานเครือข่ายในการควบคุมในแต่ละพื้นที่ การกำหนดการกำกับและการควบคุมการเผยแพร่สื่อของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การกำกับและควบคุมผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นโดยมีการดำเนินการสื่อสารที่มีทีมงานเครือข่ายในพื้นที่ทำการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลให้กับประชาชน เน้นการ

ประชุมเพื่อกำกับและควบคุมการสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...จะด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ เน้นการตอบสนองความต้องการของชาวบ้านเป็นหลัก...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การประชุม ดูวางแผนแต่ละโซนด้วยตัวเอง ต้องขยับลงพื้นที่ ยิ่งการเมืองท้องถิ่นยิ่งต้องลงพื้นที่ให้เยอะที่สุด ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...การมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดจากภาคสังคมอยากจะทำอะไรให้ปรึกษาหารือถ้าดีก็เริ่มทำด้วยกัน...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ผมดูแลเอง อย่างคนรุ่นใหม่ต้องใช้สื่อ Social media มากขึ้นเพราะเป็นสื่อที่รวดเร็วเพียงแต่จะต้องเจาะกลุ่มให้ได้...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...วางแผนจัดคนดูแลเป็นโซน และทำการประสานงานด้วยตัวเอง ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ผมดูแลเอง และใช้ระบบที่ไม่ใช่การเอาคนคุมระบบ แต่เป็นการเอาระบบมาคุมคน ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ทีมงานให้รับผิดชอบงานของหมู่บ้านตัวเองและให้รายงานกับผมโดยตรง เวลาทำอะไรก็ให้โทรมาบอก ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ตัวเองเป็นส่วนใหญ่ โดยดูแลชาวบ้านให้เท่ากัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...ลักษณะของการทำงานโดยเอาพื้นที่เป็นตัวตั้ง ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ผมทำเองเป็นส่วนใหญ่ สมาชิกในพื้นที่นำเอาข้อมูลมาเพื่อการวางแผน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.3 การประเมินผลการสื่อสาร ประกอบด้วย การประเมินการรับรู้ของประชาชน การประเมินกิจกรรม ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า

1.3.1 การประเมินการรับรู้ของประชาชน ประกอบด้วย การประเมินผลการรับรู้ของประชาชนมีการใช้การวิจัยและสำรวจ ผู้รับผิดชอบในการประเมินของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการประเมินผลด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างการประชุมด้วยกัน การดำเนินการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้แล้วนั้นจะมีทีมงานคอยไปสอบถามประชาชนในพื้นที่ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะรู้ได้ว่าประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกอย่างไร ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...ไม่ได้ใช้ว่าเค้าชอบไม่ชอบ แต่เราไปทำสิ่งที่เค้าต้องการส่วนมากก็ต้องชอบอยู่แล้ว ที่เค้าไม่ชอบเราจะทำทำไม ทำตามที่เค้าต้องการ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...เมื่อเราแก้ปัญหาเค้าไม่ตรงจุด แต่ถ้าแก้ปัญหาเค้าได้ตรงจุดความพึงพอใจก็จะมากขึ้น ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...มันอยู่ที่วิธีคิดวันนี้เราอาจจะบอกว่าสิ่งที่เราทำผมใช้คำว่าประโยชน์ส่วนรวมถูกต้อง ชัดเจนมากที่สุด แต่เราจะไม่ถามว่าคนจะถูกใจไหมบางทีมันก็บอกยาก ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ถ้าเป็นของพวกเราไม่มีการประเมิน เราแค่ถามก็รู้แล้ว ไม่ได้ต้องถึงขนาดนั้น และอีกอย่างหนึ่งการทำงานเมืองไม่จำเป็นต้องเอาวิชาการมาจับ 100% ต้องดูหลายๆปัจจัย ถ้าได้คือได้ ไม่ได้คือไม่ได้ ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ประเมิน โดยใช้วิธีการศึกษาความรู้สึกของชาวบ้าน ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ดูจากสีหน้ากับแววตาทำให้รู้ และดูจากการลงคะแนน ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การประเมินจะมีคนคอยเช็คข้อมูล สอบถามกับชาวบ้าน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ที่นี้เป็นตำบลไม่ใหญ่ ก็ทำให้ชาวบ้านดูผลงาน การที่เค้าว่ามาหรือบอกว่าตรงนี้
ชำรุด ก็จะเป็นผลสะท้อนกลับมาหาเราแทบทุกวัน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...มองตาก็รู้ เพราะคนที่ชอบถ้อยคำกันก็จะเข้าใจ แต่คนที่ไม่ชอบคุยกันก็จะ
ลูกลี้ลูกกลน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ผมจะประเมินด้วยตัวเองจะไม่ใช้หลักการประเมินเหมือนคนอื่น จากการที่เรา
ลงไปพบกับชาวบ้านเราจะรู้ว่าคนนี้จะเลือกเราหรือไม่เลือกเรามันสามารถ
ประเมินได้ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.3.2 การประเมินกิจกรรม ประกอบด้วยการกำหนดการประเมินกิจกรรม การประเมินผลกิจกรรมมีการใช้การวิจัยและสำรวจของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้การประเมิน ความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรมต่างๆ ผู้รับผิดชอบในการประเมินของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินผล บางพื้นที่สามารถประเมินได้จากจำนวนของประชาชนที่มาเข้าร่วม การประชุมหรือการประชาคม ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...การประเมินกิจกรรมนั้นมีทางเจ้าหน้าที่ อบจ. ดำเนินการ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ประเมินทุกครั้งหลังจากทำงานเสร็จ มีทีมงานช่วยประเมิน ให้เห็นภาพรวมทุก
ครั้งให้เห็นความพึงพอใจของชาวบ้าน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...กิจกรรมต่างๆเราทำต่อเนื่องมาหลายปีแล้วทุกคนอาจจะคิดว่าเป็น
ชีวิตประจำวัน ประจำเดือน ประจำปีอย่างหนึ่งไปแล้ว การประชาสัมพันธ์ก็แค่
เป็นการตอกย้ำบางช่วงบางเวลาอย่าง...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...กิจกรรมของเทศบาลก็มีการประเมิน แต่ถ้าเป็นกิจกรรมของพวกเราไม่มีการประเมิน เราแค่ถามก็รู้แล้วไม่ได้ต้องถึงขนาดนั้น...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ในทุกเดือนมีกิจกรรมการเปิดเวทีประชาคมให้ชาวบ้านมาร้องทุกข์ ร้องเรียน ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...เนื่องเรายู่มานานและลงพื้นที่ทุกวันเจอชาวบ้านตามไร่นา ถ้าเราทำงานให้เยอะ เราก็จะเจอคนเยอะ ได้เสวนากับคนมากมาย เราต้องใช้เวลา ต้องพูดให้มาก และทำให้ได้ทุกคำพูด พิสูจน์ตัวเองจากคำพูดของตัวเอง...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ในวันที่ 1 ของทุกเดือนก็จะได้พบปะกันที่ศาลากลาง ใครมีปัญหาก็เข้ามาหาเรา แต่ต้องมาก่อนเที่ยง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ที่นี้เป็นตำบลไม่ใหญ่ ก็ทำให้ชาวบ้านดูผลงาน การที่เค้าว่ามาหรือบอกว่าตรงนี้ชำรุด ก็จะเป็นผลสะท้อนกลับมาหาเราแทบทุกวัน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...ประเมินผลลัพธ์จากความพึงพอใจของชาวบ้าน ถ้าพึงพอใจ 60เปอร์เซ็นต์ขึ้นไปก็โอเคแล้ว เพราะไม่มีอะไรร้อยเปอร์เซ็นต์...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ส่วนหนึ่งคือสามารถดึงความพึงพอใจจากคนในพื้นที่อาจจะมีแบบสอบถามในการทำวิจัยประจำปี ให้ชาวบ้านตอบแบบสอบถามว่ามีความพึงพอใจแค่ไหน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

สรุปกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองต้องมีรายละเอียด คือ การวางแผนการสื่อสารประกอบด้วย การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสาร การกำหนดสื่อและกิจกรรม การกำหนดงบประมาณ และการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผลของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การดำเนินการสื่อสารประกอบด้วย การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติการสื่อสาร การอำนวยการงานและการประสานงาน การกำกับและการควบคุมของผู้นำทาง

การเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วย การประเมิน การรับรู้ของประชาชน การประเมินกิจกรรม ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้



กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น



ภาพที่ 4.4 แผนภาพกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากภาพที่ 4.4 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการวางแผนการสื่อสารโดยมีทีมงานมาร่วมกันวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ กระจายตามพื้นที่หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลงพื้นที่ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน เมื่อได้ข้อมูลปัญหา ความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่แล้ว นำมาปรับเป็นแผนในการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ ส่วนใหญ่เป็นเป็นเรื่องของการพัฒนา ด้านสาธารณสุข โภค การจัดการน้ำ ถนน ไฟฟ้า ประปา การศึกษา คุณภาพชีวิต ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มเป้าหมาย การดูแลประชาชนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร แบ่งออกตามช่วงอายุของทีมงานที่มีอยู่ว่าอยู่ในช่วงอายุไหนก็ดูแลกลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุนั้น ในบางพื้นที่มีการกำหนดกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุเนื่องจากในพื้นที่มีเด็กและผู้สูงอายุเป็นจำนวนมาก เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบายเน้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การกำหนดการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสาธารณสุข โภค การศึกษา คุณภาพชีวิต เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบาย สั้นๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย บางพื้นที่มีการใช้ภาษาท้องถิ่นและการแสดงถึงความเป็นคนในพื้นที่ เน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองเป็นหลัก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้ายประชาสัมพันธ์ รถแห่ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ การปราศรัย เพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเอง การกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมดูความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ สื่อหลักที่สำคัญคือสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ ในส่วนของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นหลัก กำหนดงบประมาณในการสื่อสารด้วยตนเองโดยพิจารณาจากการกำหนดตามกฎหมายการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เป็นสำคัญ การรับฟังเรื่องราวของประชาชนว่ามีความต้องการ มีความเดือดร้อน โดยการลงพื้นที่ด้วยตนเองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน การรับเรื่องร้องทุกข์ การประชุม การประชาคม และริบดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนหลังจากนั้นก็จะให้ทีมงานลงพื้นที่ไปสอบถามว่าการแก้ไขนั้นเป็นอย่างไรเป็น การประเมินผลแบบง่าย ๆ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการดำเนินการสื่อสาร มีการจัดตั้งศูนย์ณรงค์หาเสียง เลือกตั้งส่วนใหญ่ใช้บ้านตนเองเป็นที่ตั้ง มีการจัดการดูแลพื้นที่โดยแบ่งออกเป็นตามอำเภอ ตำบล หมู่บ้านมีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ ในพื้นที่ขนาดใหญ่มีการทำแผนที่และคนที่อยู่ในบ้านแต่ละหลัง ในพื้นที่อย่างละเอียด มีทีมงานในรูปแบบต่างๆกระจายอยู่ในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็น เพื่อน ผู้สมัครที่ลงสมัครเป็นทีมเดียวกัน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เครือข่ายแกนนำ คนกลุ่มนี้จะดูแลพื้นที่โดยแบ่งพื้นที่ในการดูแล การลงพื้นที่ในคนกลุ่มนี้จะมีส่วนสำคัญในการพาลงเดินพื้นที่ มีการใช้การโทรศัพท์ทำ

โดยตรงจากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและการประชุมกันเป็นหลัก การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ สร้างมิตรไมตรีไม่ว่าสร้างศัตรู ในช่วงการเลือกตั้ง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีข้อความสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การใช้รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ การตั้งเวทีเพื่อการปราศรัย การอำนวยความสะดวกและมีคนในครอบครัวช่วยเหลือ ในส่วนของการประสานงานจะใช้การพูดคุยผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก มีการกำกับและควบคุมด้วยตนเองและมีทีมงานในการควบคุมในแต่ละพื้นที่ที่ทีมงานดูแล

การประเมินผลการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ใช้การประเมินผลด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างพูดคุยด้วยกัน การดำเนินการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้แล้วนั้นจะมีทีมงานคอยไปสอบถามประชาชนในพื้นที่ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะรู้ได้ว่าประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกอย่างไร มีการใช้การประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรมต่างๆ โดยจะมีทางสำนักงานจะเป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินผล

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ในส่วนของกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชนโดยตรง ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน มีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ มีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล มีการให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของนักการเมืองท้องถิ่น ดังแสดงในตารางที่ 4.23 - 4.30

ตารางที่ 4.23 กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน	159	13.3
การพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ	158	13.2
การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน	203	16.9
การกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย	134	11.2
การใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล	124	10.3
การให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเขาไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน โดยตรง	255	21.2
มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม	167	13.9
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่ากระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเขาไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน โดยตรง คิดเป็นความถี่ 255 ร้อยละ 21.2 ลำดับที่สองคือการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน คิดเป็นความถี่ 203 ร้อยละ 16.9 ลำดับที่สามคือมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม คิดเป็นความถี่ 167 ร้อยละ 13.9 ลำดับที่สี่คือการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน คิดเป็นความถี่ 159 ร้อยละ 13.3 ลำดับที่ห้าคือการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ คิดเป็นความถี่ 158 ร้อยละ 13.2 ลำดับที่หกคือการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 134 ร้อยละ 11.2 และลำดับสุดท้ายคือ การใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล คิดเป็นความถี่ 124 ร้อยละ 10.3

ตารางที่ 4.24 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการตอบสนองความต้องการและความ
เดือดร้อนของประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการตอบสนองความต้องการ และความเดือดร้อนของประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	736	61.3
ไม่ใช่	167	13.9
ไม่แน่ใจ	297	24.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
มีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน คิดเป็นความถี่ 736 ร้อยละ 61.3
ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 297 ร้อยละ 24.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่
167 ร้อยละ 13.9

ตารางที่ 4.25 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความ
ต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนอง ความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	743	61.9
ไม่ใช่	164	13.7
ไม่แน่ใจ	293	24.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
มีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ คิดเป็นความถี่ 743 ร้อยละ

61.9 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 293 ร้อยละ 24.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 164 ร้อยละ 13.7

ตารางที่ 4.26 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	893	74.4
ไม่ใช่	143	11.9
ไม่แน่ใจ	164	13.7
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน คิดเป็นความถี่ 893 ร้อยละ 74.4 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 164 ร้อยละ 13.7 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 143 ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 4.27 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	675	56.3
ไม่ใช่	199	16.6
ไม่แน่ใจ	326	27.1
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 675 ร้อยละ 56.3 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ

คิดเป็นความถี่ 326 ร้อยละ 27.1 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 199 ร้อยละ 16.6

ตารางที่ 4.28 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย
เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	623	51.9
ไม่ใช่	218	18.2
ไม่แน่ใจ	359	29.9
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล คิดเป็นความถี่ 623 ร้อยละ 51.9 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 359 ร้อยละ 29.9 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 218 ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 4.29 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการให้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไป
เพื่อสื่อสารกับประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการให้นำทางการเมืองหรือ บุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	1003	83.6
ไม่ใช่	74	6.2
ไม่แน่ใจ	123	10.2
รวม	1200	100

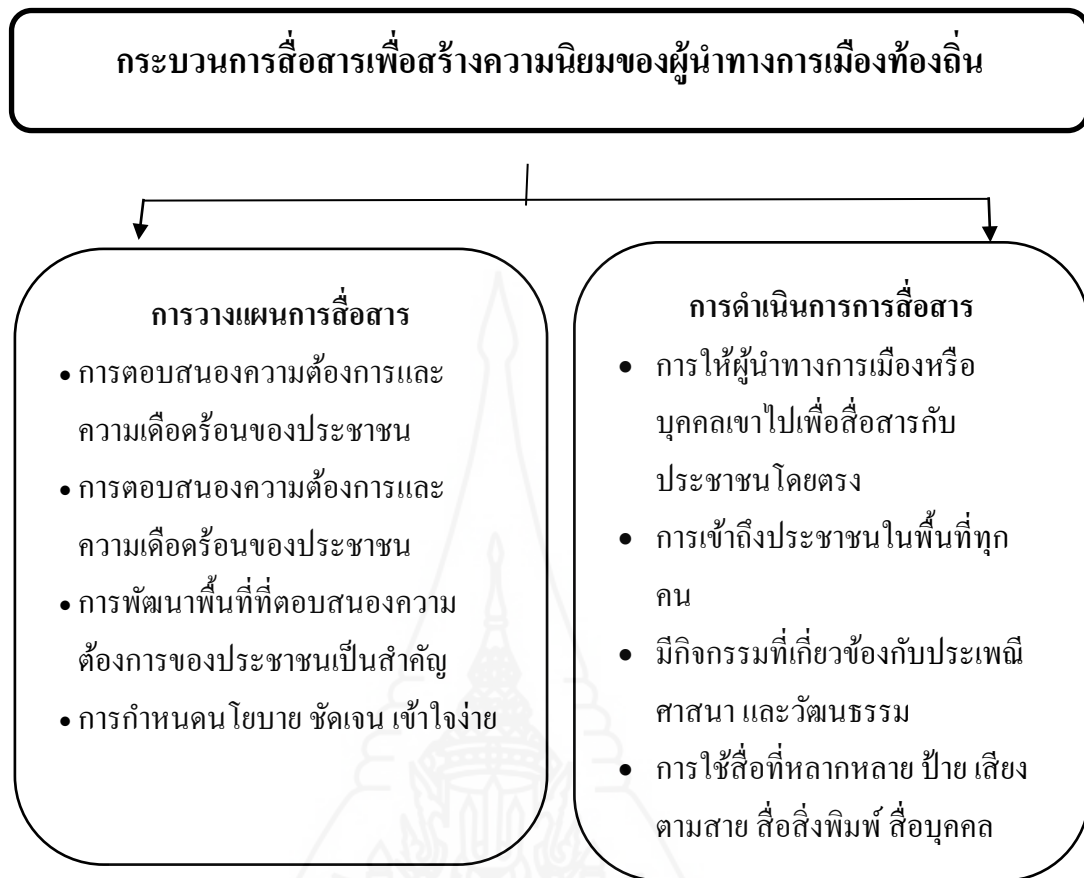
จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน คิดเป็นความถี่ 1003 ร้อยละ 83.6 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 123 ร้อยละ 10.2 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 74 ร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4.30 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	783	65.3
ไม่ใช่	146	12.2
ไม่แน่ใจ	271	22.5
รวม	1200	100

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม คิดเป็นความถี่ 783 ร้อยละ 65.3 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 271 ร้อยละ 22.5 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 146 ร้อยละ 12.2

สรุปกระบวนการสื่อสารของผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นประกอบด้วยผู้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเขาไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน โดยตรง ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน มีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ มีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบายชัดเจน เข้าใจง่าย มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล มีการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม สามารถนำเสนอกระบวนการสื่อสารของผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ตามแผนภาพดังนี้

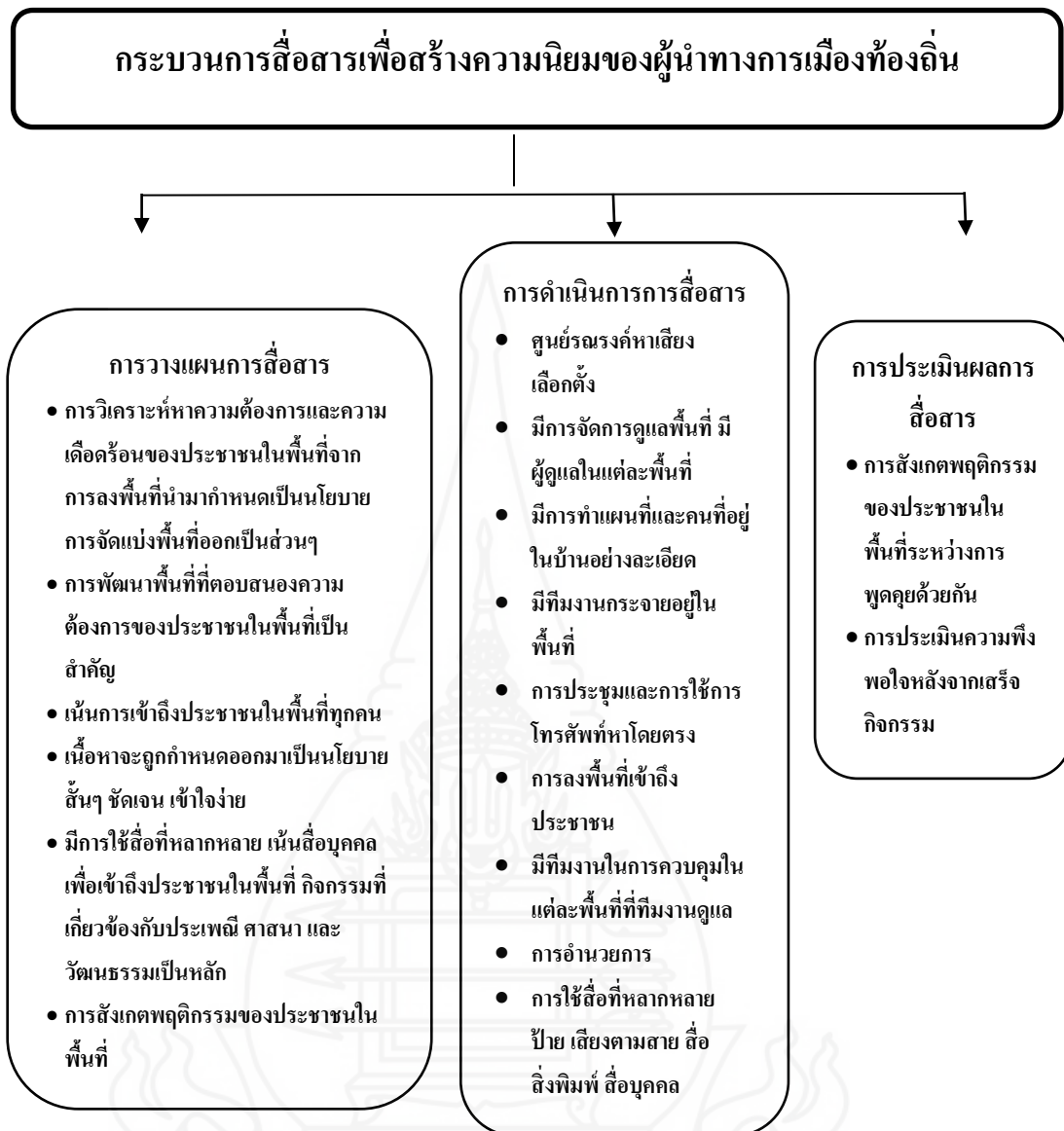


ภาพที่ 4.5 แผนภาพกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
จากการวิจัยเชิงปริมาณ

จากภาพที่ 4.5 แผนภาพกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงปริมาณ กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเขาไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน โดยตรง คิดเป็นความถี่ 255 ร้อยละ 21.2 ลำดับที่สองคือการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน คิดเป็นความถี่ 203 ร้อยละ 16.9 ลำดับที่สามคือมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม คิดเป็นความถี่ 167 ร้อยละ 13.9 ลำดับที่สี่คือการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน คิดเป็นความถี่ 159 ร้อยละ 13.3 ลำดับที่ห้าคือการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ คิดเป็นความถี่ 158 ร้อยละ 13.2 ลำดับที่หกคือการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 134 ร้อยละ 11.2 ลำดับสุดท้ายคือ การใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล คิดเป็นความถี่ 124 ร้อยละ 10.3 และความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการให้

ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชน คิดเป็นความถี่ 1003 ร้อยละ 83.6 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน คิดเป็นความถี่ 893 ร้อยละ 74.4 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม คิดเป็นความถี่ 783 ร้อยละ 65.3 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน คิดเป็นความถี่ 736 ร้อยละ 61.3 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ คิดเป็นความถี่ 743 ร้อยละ 61.9 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นความถี่ 675 ร้อยละ 56.3 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล คิดเป็นความถี่ 623 ร้อยละ 51.9

สรุปจาก ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและผลการวิจัยเชิงปริมาณ สามารถนำเสนอกระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ด้านการวางแผนการสื่อสารประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ การจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน ในพื้นที่จากการลงพื้นที่นำมากำหนดเป็นนโยบาย การพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบาย สั้นๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย มีการใช้สื่อที่หลากหลาย เน้นสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นหลัก การสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ การวิจัยเชิงปริมาณที่มีการตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน การตอบสนองความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชน การพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ การกำหนดนโยบาย ชัดเจน เข้าใจง่าย ด้านการดำเนินการสื่อสารประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ศูนย์ณรงค์หาเสียงเลือกตั้งใช้บ้านตนเองเป็นที่ตั้ง มีการจัดการดูแลพื้นที่ มีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ มีการทำแผนที่และคนที่อยู่ในบ้านอย่างละเอียด มีทีมงานกระจายอยู่ในพื้นที่ การประชุมและการใช้การโทรศัพท์หาโดยตรง การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชน มีทีมงานในการควบคุมในแต่ละพื้นที่ที่ทีมงานดูแล การอำนวยความสะดวกและมีคนในครอบครัวช่วยเหลือ การวิจัยเชิงปริมาณที่มีการให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเข้าไปเพื่อสื่อสารกับประชาชนโดยตรง การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรม การใช้สื่อที่หลากหลาย ป้าย เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล และการประเมินผลการสื่อสารประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ ระหว่างการพูดคุยด้วยกัน การประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรม สามารถสรุปกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 4.6 แผนภาพสรุปกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

จากภาพที่ 4.6 สรุปกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการวางแผนการสื่อสารการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ การวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลงพื้นที่ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน วัตถุประสงค์โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ ให้มีความสำคัญกับทุกกลุ่มเป้าหมาย การดูแลประชาชนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารแบ่งออกตามช่วงอายุ เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบายเน้นการตอบสนองความต้องการของ

ประชาชนในพื้นที่ การกำหนดการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสาธารณูปโภค การศึกษา คุณภาพชีวิต เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบาย สั้นๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย เน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองเป็นหลัก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้ายประชาสัมพันธ์ รถแห่ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ การปราศรัย การกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ สื่อหลักที่สำคัญคือสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ ในส่วนของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นหลัก กำหนดงบประมาณในการสื่อสารด้วยตนเองโดยพิจารณาจากการกำหนด ตามกฎหมายการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) การรับเรื่องร้องทุกข์ การประชุม การประชุม และรับดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนหลังจากนั้นก็ให้ทีมงานลงพื้นที่ไปสอบถามว่าการแก้ไขนั้นเป็นอย่างไรเป็น การประเมินผลแบบง่ายๆ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชน ในพื้นที่ การดำเนินการสื่อสาร มีการจัดตั้งศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีการจัดการดูแลพื้นที่ โดยแบ่งออกเป็นตามอำเภอ ตำบล หมู่บ้านมีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ มีการใช้การโทรศัพท์หาโดยตรง จากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและการประชุมกันเป็นหลัก การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อ สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในช่วงการเลือกตั้ง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ ป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีข้อความสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การใช้รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ การตั้ง เวทีเพื่อการปราศรัย การอำนวยความสะดวกในส่วนของการประสานงานจะใช้การพูดคุยผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก มีการกำกับและควบคุม การประเมินผลสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ใช้การประเมินผล ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างการพูดคุยด้วยกัน การดำเนินการแก้ไข ปัญหาและตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้แล้วนั้นจะมีทีมงานคอยไปสอบถามประชาชน ในพื้นที่ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะรู้ว่าประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกอย่างไร มีการใช้การ ประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรมต่างๆ

ส่วนที่ 3 : กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

ในส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การนำเสนอผลการวิจัย 1) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น รายละเอียดคือ การสร้างเครือข่ายประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการ สร้างเครือข่ายหรือกลุ่มต่างๆ การสร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการ สร้างความสัมพันธ์กับประชาชน การสร้างกิจกรรมประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการ สร้างกิจกรรมกับประชาชน การสร้างการรับรู้ประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้าง การรับรู้กับประชาชน 2) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทาง

การเมืองท้องถิ่น ด้านการสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน มีการทำให้เกิดความสนิทสนม มีการทำให้เกิดความเชื่อมั่น ด้านการสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่ด้วยตนเอง มีการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ มีการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว มีการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ด้านการสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา มีกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน มีกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน มีกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน ด้านการสร้างการรับรู้ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน มีการประชุมประชาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน มีการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรง

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) การสร้างเครือข่าย 2) การสร้างความสัมพันธ์ 3) การสร้างกิจกรรม 4) การสร้างการรับรู้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การสร้างเครือข่าย ประกอบด้วยมีกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างเครือข่ายหรือกลุ่มต่างๆของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การสร้างเครือข่ายต้องใช้เวลาให้เกิดความสนิทสนม ความเชื่อมั่น ต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู มีเทคนิคในการสร้างความเข้าใจร่วมกันกับเครือข่ายหรือกลุ่มต่างๆ ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่บ่อยๆ ให้ประชาชนในพื้นที่ทุกคนเป็นเครือข่าย เครือข่ายมีหลายระดับอาจจะเป็นเครือข่ายญาติพี่น้อง เครือข่ายเพื่อนฝูง เครือข่ายกำนันผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายแกนนำ เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายอุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกัน มีกระบวนการสร้างให้ประชาชนมีความชื่นชอบของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม การลงพื้นที่เพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่แล้วรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ตรงกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เราปฏิบัติกับทุกคนเหมือนกันเท่ากัน ไม่เลียมล้ำถือว่าทุกคนคือพวกของเรา
หมด เราต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู เน้นการลงพื้นที่บ่อยๆ ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...การลงไปสัมผัสกับชาวบ้าน ต้องไปพบปะ สิ่งสำคัญคือต้องไปงานบ่อยๆ ถือ
เป็นการแนะนำตัวทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...การที่เราเจอเขาในทุกภารกิจ ทุกสถานที่การทำงาน ทุกโอกาส การลงพื้นที่ที่คง
ไม่ได้หมายถึงว่าอยู่ดีๆ เราไปหาเขาถึงที่บ้านที่ชุมชนอย่างเดียว ผมคิดว่าเป็นเรื่อง
ที่เขาสัมผัสได้ว่าเขาต้องการคนมาทำงานและเขาต้องการคนที่คิดอะไร ปฏิบัติ
อย่างไร ที่จะไปสู่เป้าหมายได้ ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...ปกติการสร้างเครือข่ายมันไม่ยากแต่มันต้องใช้เวลาและใช้ความเชื่อมั่นที่คนมี
ต่อเรา ถ้าเขาไม่มีความเชื่อมั่นการสร้างเครือข่ายก็จะใช้เวลา แต่บังเอิญผมมี
เครือข่ายจากการเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เครือข่ายพวกนี้มีด้วยกันหลาย
ระดับอาจจะเป็นญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง เครือข่ายจัดตั้งก็เป็นอีกลักษณะหนึ่งมันมี
หลายระดับ จัดตั้งโดยอุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกัน ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...การเป็นเครือข่ายต้องรู้จักคน และไม่ใช่นั่งอยู่ข้างในอย่างเดียว ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...การทำให้คนเข้าใจว่าจะทำอะไร เมื่อคนเข้าใจ และมีความหวัง เราก็ต้องทำให้
ได้ ทำให้ชาวบ้านรับรู้ของจริงว่าเค้าได้รับจริงๆ มีการเข้าหาคนที่มีความศรัทธา
สูงสุดในกลุ่มชาวบ้าน เรื่องส่วนใหญ่ที่ชาวบ้านแจ้งเข้ามาจะเป็นสาธารณูปโภค
เป็นหลัก ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...เราสร้างขึ้นมาก่อนการเลือกตั้ง เกิดจากการไปมาหาสู่ที่เราับถือเค้า เค้านับ
ถือเรา เรียกว่าเป็นการงูใจจากการบอกต่อให้เค้าช่วยเรา เอาศัตรูมาเป็นมิตร และ
ไม่เป็นศัตรูกับใคร มีปัญหาเข้าไปแก้ ให้รู้เรื่องเลยว่าปัญหาเกิดจากอะไร ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เข้ามาถ้าไม่ได้ออกไปไหนก่อนเข้าสำนักงานจะจี๋มอเตอร์ไซค์ครอบตำบล คุณ้ำ ดูข้าว ถ้าเจอใครก็ทักทาย เจอผู้นำคนไหนก็กินกาแฟด้วยกัน เครือข่ายนายก ไม่ใช่เพียงแค่แกนนำอย่างเดียวแต่เป็นชาวบ้านทุกคน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...ลงพื้นที่กับกำนันผู้ใหญ่บ้านในสมัยก่อน ทำให้คนรุ่นเก๋ารู้จักคืออยู่แล้ว สองคือ เห็นจากการที่เราลงพื้นที่เข้าไปในชุมชนเรื่อยๆ ช่วยชาวบ้านและชาวบ้านก็มองเห็น...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...ผมมีเพื่อนเยอะ เขาเรียกว่าผมเป็นคนที่ไม่มาจากข้าวบ้าน ไม่ค่อยอยู่บ้านกิน ข้าวบ้านเพื่อนได้เกือบทุกบ้านชอบเที่ยวและนอนที่บ้านเพื่อนบ้านตัวเองไม่ค่อยนอน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.2 การสร้างความสัมพันธ์ ประกอบด้วยมีกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด แสดงความจริงใจ เทคนิคในการการรักษาสัมพันธภาพกับสมาชิกเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การมานั่งคุยกันทั้งการประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ถ้าไปเจอคนที่ไม่ชอบก็ต้องยังเข้าไปเพื่อเค้าจะเปลี่ยนใจ การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เพราะการสื่อให้ประชาชนรู้บ่อยเท่าไรจะถูกประชาชนกดดันและต่อต้านมากเท่านั้น ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เน้นการลงพื้นที่ นัดเจอกันเวลาไปอำเภอ เรารู้จักผู้ใหญ่บ้านกำนัน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ขยันลงพื้นที่โอกาสที่จะได้เพื่อนฝูง ที่สำคัญคือต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับคนเยอะๆถึงจะได้เพื่อนฝูงมาช่วยเหลือ ยิ่งการเมืองท้องถิ่นยิ่งลงพื้นที่ให้เยอะที่สุด...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...ถ้าว่างก็มีการมานั่งคุยกันทั้งการประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการการมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดจากภาคสังคมอยากจะทำอะไรให้ปรึกษาหารือถ้าดีก็เริ่มด้วยกัน วันนี้นโยบายของเทศบาลเราจะทำให้เมืองเราเป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...มันไม่มีอะไรดีไปกว่าการเข้าถึง การพบปะพูดคุย ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นคนแก่อาศัยอยู่กับหลานบ้าง ถ้าไปเจอคนที่ไม่ชอบก็ต้องยิ่งเข้าไปเพื่อเค้าจะเปลี่ยนใจ ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...จริงใจ ไม่จำเป็นต้องไปมาหาสู่บ่อยๆ เวลาพบเจอก็อธิบายให้ชาวบ้านเข้าใจว่างานเราอะ แต่ถ้าชาวบ้านมีอะไรก็เข้ามาหาเราได้ตลอด ชาวบ้านส่วนใหญ่ก็เข้าใจ เวลาใครมาเชิญนายกไปงานอะไรไม่ว่างานแต่ง งานบวช งานศพ นายกก็ร่วมหมด...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ไปงานทุกงาน วิธีการเข้าหาชาวบ้าน เพราะเราเป็นคนที่ยื่นมา ส่วนใหญ่จะออกไปพบปะชาวบ้านที่บ้าน ยุคนี้สินค้าเดินหาผู้บริโภค เพราะฉะนั้นเราก็ต้องเดินไปหาเค้า ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...เดินไปเคาะทุกบ้าน เดินได้ทุกบ้าน หวัดดีได้ทุกคน อาศัยความเป็นเด็กเข้าไป สวัสดิ์บ้านทุกคน มีการคุยกันบ่อย ก็จะสามารถทำแผนชุมชน แผนพัฒนาตำบล และแผนอื่นๆ ได้ คุยกันรู้เรื่องว่ามีอะไรที่หมู่บ้านจัดการตัวเองในการบริหารชุมชน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การประชาสัมพันธ์ ได้บอกให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ทำการประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เพราะถ้าเราสื่อให้ประชาชนรู้น้อยเท่าไรเราจะถูกประชาชนกดดันและต่อต้านมากเท่านั้น ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...การลงไปสัมผัสกับชาวบ้านเป็นวิธีที่ดีที่สุด การพบปะชาวบ้านของผมไม่มีกำหนด ถ้ามีเวลาผมจะลงพื้นที่เลยบางทีเจอที่งานศพ การแต่งหรืองานทางด้านศาสนาจะเจอบ่อยในงานด้านนี้ บางทีเจอที่ร้านน้ำชาหรือผมขับรถผ่าน เจอนั่งอยู่หน้าบ้านก็จะลงไปสวัสดีครับคุณลุงคุณป้า คือใช้การสัมผัสด้วยตัวเองดีกว่า...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.3 การสร้างกิจกรรม ประกอบด้วยมีกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างกิจกรรมกับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นกิจกรรมมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนาเช่นงานแต่งงาน งานบวช งานศพ เป็นต้นและกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการดำเนินกิจกรรมการกำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น เทคนิคในการจัดกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่โดยมีกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เช่นการประชุมแผนระดับจังหวัด การเปิดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...กิจกรรมส่วนรวม งานบวช งานแต่ง แต่ถ้าเราว่างก็จะไปเอง...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...สิ่งสำคัญคือ ทาง อบจ. มีการประชุมแผนระดับจังหวัด เพื่อเชิญผู้นำท้องถิ่น และมี อบจ.เป็นแม่งาน ถ้ามีปัญหาในพื้นที่ของท่านสามารถติดต่อมาได้ที่ไหน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...เราทำกิจกรรมกันต่อเนื่องกันยาวมาก ๆ ถ้าถามว่าเรื่องนี้อาจจะจำไม่หมดว่า มันเริ่มกันอย่างไรบ้าง ทั้งหมดนี้อาจจะสื่อสารกันทางใจมีเรื่องไหนดี ๆ แนะนำก็เริ่มทำด้วยกันเลยกิจกรรมที่เราแฝงด้วยขนบธรรมเนียมประเพณีและศาสนา ...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...กิจกรรมเราต้องตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม และบางกลุ่มมีความแตกต่างกันด้านศาสนา กลุ่มด้านความเชื่อ กลุ่มด้านเพศ อายุ กลุ่มอาชีพ แม้กระทั่งวัย มันต้องมีทุกส่วนประกอบกัน ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...ในทุกเดือนมีการเปิดเวทีประชาคมให้ชาวบ้านมาร้องทุกข์ ร้องเรียน มีงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งกิจกรรมและโครงการ มีงานในทุกๆเดือน ใช้กิจกรรม ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อม และต้องทำต่อเนื่องแทบทุกสัปดาห์ กิจกรรมที่ทำทุกเดือนมีการจัดทีมดูแล ...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ผู้สูงอายุมีทั้งศูนย์และโรงเรียนผู้สูงอายุ โดยการแยกกิจกรรมตามที่ท่านชอบ และถนัด เช่นกลุ่มจักรสาน กลุ่มแม่ค้า พยายามจับแยกเป็นกลุ่มย่อย ...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...ไปร่วมงานทุกงาน เป็นคนพูดสนุกสนานเฮฮา ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...ประชุมย่อยของกลุ่มมีบ่อย โดยให้กลุ่มต่างๆ จัดบันทึกปัญหาจะได้ไม่ต้องซ้ำซ้อน เพราะวันนี้ปัญหาปากท้องที่เรียกเข้ามาประชุมก็เสียเวลา ให้เค้าสรุปพูดปัญหาท้ายที่ประชุมว่าต้องการอะไร เมื่อได้ปัญหามาต้องแก้ไขให้เร็วที่สุดแล้วจะได้รับความร่วมมือเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การเน้นเรื่องการส่งเสริมก็เหมือนอย่างการที่ให้คนในหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน ประชุมกันว่าอยากทำอะไรต้องการอะไร และนำเอามติของหมู่บ้านทำเป็นโครงการออกมา ว่าอยากได้อะไร ปัญหาเกิดจากอะไร ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...คนมุสลิมทุกวันศุกร์โดยเฉพาะผู้ชายต้องไปละหมาดในวันศุกร์ ได้เจอผู้ใหญ่เป็นการเจอเพื่อนฝูงอาทิตย์ละครั้ง ประเพณีทอดกฐิน ทอดผ้าป่าของพี่น้องไทยพุทธ ประเพณีชักพระผมก็ลงไปร่วมทุกประเพณีและที่สำคัญประเพณีอิสลามในพื้นที่ผมมีทั้ง 2 ฝ่าย การจัดงานที่มีสยิดในพื้นที่ผมต้องลงไปร่วมเกือบทุกงานถ้าผมอยู่ในพื้นที่ งานวัดที่จัดถ้าผมอยู่ผมก็จะไปร่วม...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

1.4 การสร้างการรับรู้ ประกอบด้วยมีกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างการรับรู้กับประชาชน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน การประชุมสมาคม การแถลงผลงาน การสรุปผลการทำงาน การพูดคุยถึงผลงานที่ใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสี่ยงตามสาย รถแท็กซี่เพื่อประชาสัมพันธ์ ฝากผู้ใหญ่บ้านประชาสัมพันธ์ ฝากส่งประชาสัมพันธ์ ทางวิทยุ/โทรทัศน์ ส่งจดหมายข่าวให้กับทุกหน่วยงาน เสี่ยงตามสายของผู้ใหญ่บ้านก็จะฝากประชาสัมพันธ์ เทคนิคในการสร้างการรับรู้กับประชาชนของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการเน้นการสื่อสารให้ถึงประชาชนโดยตรง หัวใจใหญ่คือการประชาสัมพันธ์ ดังกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“...เราไปทำสิ่งที่เค้าต้องการส่วนมากก็ต้องชอบอยู่แล้ว ที่เค้าไม่ชอบเราจะทำทำไม ทำตามที่เค้าต้องการ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx1)

“...ต้องไปพบปะ สิ่งสำคัญคือต้องไปงานบ่อยๆถือเป็นการแนะนำตัวทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น เพื่อความทั่วถึงต้องมีคนพาเดินเวลาลงพื้นที่ เข้าใจพื้นที่ มีข้อมูลนำเสนอให้ชาวบ้านเข้าใจหลายเรื่องที่เป็นประโยชน์กับชาวบ้านเป็นนโยบาย ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดx2)

“...สังคมท้องถิ่นจะเป็นสังคมที่ประชาชนสัมผัสได้ตลอดเวลาว่าผู้บริหารทำงานหรือไม่ทำงาน บ้านเมืองเขามีการเจริญไหม เดือนต่อเดือน ปีต่อปีจริงไหม แล้วมองย้อนหลังไปผลสัมฤทธิ์จากงานแต่ละงานมีตัวชี้วัดที่เขาเชื่อถือได้ไหม...”

(นายกเทศมนตรีx1)

“...การสร้างจุดสนใจของเรา อันนี้คือเรื่องที่สำคัญไม่เช่นนั้นเราก็ไม่สามารถฉีกความแตกต่างออกมาได้เราจะทำอย่างไรให้ไม่เหมือนคนอื่น เราก็ต้องนำเอานโยบายที่เราเคยพูดไปทำให้สำเร็จให้ได้ ...”

(นายกเทศมนตรีx2)

“...เปิดเวทีผู้นำชุมชนประชุมเดือนละครั้ง การทำงานถ้าไม่ประชาสัมพันธ์ก็จะไม่มีใครรู้ เหมือนกับเราไม่ได้ทำ หัวใจใหญ่คือการประชาสัมพันธ์...”

(นายกเทศมนตรีx3)

“...ลงพื้นที่ทุกวันเจอชาวบ้านตามไร่นา เราทำงานให้เยอะ เราก็จะเจอคนเยอะ ได้เสวนากับคนมากมาย เราต้องใช้เวลา ต้องพูดให้มาก และทำให้ได้ทุกคำพูด พิสูจน์ตัวเองจากคำพูดของตัวเอง...”

(นายกเทศมนตรีx4)

“...การพูดให้น้อยและทำให้เห็น พูดเฉพาะสิ่งที่เป็นจริงแล้วเราทำได้ พบปะพ่อแม่พี่น้อง พูดจริง ทำจริง พูดแล้วสามารถทำได้อย่างที่พูด เน้นคุณธรรม และความร่วมมือ ทำให้ชาวบ้านเห็นอกเห็นใจ ใช้วิธีพูดตามงานต่างๆ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx1)

“...มีผลงานชาวบ้านก็เชื่อว่าเราทำได้ มีการสรุปผลการทำงาน มีผลการทำงานประจำปีแจ้งกับสภาและชาวบ้าน ตอนสิ้นปีมีการจัดงานแถลงผลงาน ...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx2)

“...การสื่อสารเปิดทุกช่องทางทำให้ชาวบ้านได้รู้จักเรา ถึงผลงานต่างๆ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสียงตามสาย รถประชาสัมพันธ์ ฝากผู้ใหญ่บ้านประชาสัมพันธ์ ฝากส่งประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ ส่งจดหมายข่าวให้กับทุกหน่วยงาน เน้นให้ถึงประชาชน...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx3)

“...มีรถประชาสัมพันธ์ รถแห่ วันนี้จะมีประชาคมขอให้ชาวบ้านที่ติดภารกิจหรือไม่ติดภารกิจมาร่วมด้วย เป็นการไปบอกผ่านสมาชิกในพื้นที่ ถ้ามีเสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้านก็จะฝากประชาสัมพันธ์...”

(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลx4)

สรุปกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น รายละเอียดคือ การสร้างเครือข่ายประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างเครือข่ายหรือกลุ่มต่างๆ การสร้างความสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน การสร้างกิจกรรมประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างกิจกรรมกับประชาชน การสร้างการรับรู้ประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างการรับรู้กับประชาชน ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น



ภาพที่ 4.7 แผนภาพกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากภาพที่ 4.7 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงคุณภาพ การสร้างเครือข่ายผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การสร้างเครือข่ายต้องใช้เวลาให้เกิดความสนิทสนม ความเชื่อมั่น ต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู เน้นการลงพื้นที่บ่อยๆ ให้ประชาชนในพื้นที่ทุกคนเป็นเครือข่าย เครือข่ายมีหลายระดับอาจจะเป็นเครือข่ายญาติพี่น้อง เครือข่ายเพื่อนฝูง เครือข่ายกำนันผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายแกนนำ เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายอุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกัน

การสร้างความสัมพันธ์ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด แสดงความจริงใจ ไปร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การมานั่งคุยกันทั้งการประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ถ้าไปเจอคนที่ไม่ชอบก็ต้องยังเข้าไปเพื่อเค้าจะเปลี่ยนใจ การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เพราะการสื่อให้ประชาชนรู้น้อยเท่าไรจะถูกประชาชนกดดันและต่อต้านมากเท่านั้น

การสร้างกิจกรรมผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นกิจกรรมมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนาเช่นงานแต่งงาน งานบวช งานศพ เป็นต้นและกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการดำเนินกิจกรรมการกำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เช่นการประชุมแผนระดับจังหวัด การเปิดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น

การสร้างการรับรู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน การประชุมสมาคม การแลกเปลี่ยนงาน การสรุปผลการทำงาน การพูดคุยถึงผลงานที่ใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสียงตามสาย รถประชาสัมพันธ์ ฝากผู้ใหญ่บ้านประชาสัมพันธ์ ฝากส่งประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ ส่งจดหมายข่าวให้กับทุกหน่วยงาน เสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้านก็จะฝากประชาสัมพันธ์ เน้นให้ถึงประชาชน หัวใจใหญ่คือการประชาสัมพันธ์

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีรายละเอียดดังนี้คือการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของนักการเมืองท้องถิ่น ดังแสดงในตารางที่ 4.31 – 4.48

ตารางที่ 4.31 การสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

การสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน	718	59.9
การทำให้เกิดความสนิทสนม	221	18.4
การทำให้เกิดความเชื่อมั่น	261	21.7
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าการสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน คิดเป็นความถี่ 718 ร้อยละ 59.9 ลำดับที่สองคือการทำให้เกิดความเชื่อมั่น คิดเป็นความถี่ 261 ร้อยละ 21.7 และลำดับสุดท้ายคือการทำให้เกิดความสนิทสนม คิดเป็นความถี่ 221 ร้อยละ 18.4

ตารางที่ 4.32 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	983	81.9
ไม่ใช่	32	2.7
ไม่แน่ใจ	185	15.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน คิดเป็นความถี่ 983 ร้อยละ 81.9 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 185 ร้อยละ 15.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 32 ร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.33 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้เกิดความสนิทสนม

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้เกิดความสนิทสนม	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	723	60.3
ไม่ใช่	136	11.3
ไม่แน่ใจ	341	28.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้เกิดความสนิทสนม คิดเป็นความถี่ 723 ร้อยละ 60.3 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 341 ร้อยละ 28.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 136 ร้อยละ 11.3

ตารางที่ 4.34 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้เกิดความเชื่อมั่น

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้เกิดความเชื่อมั่น	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	765	63.8
ไม่ใช่	128	10.6
ไม่แน่ใจ	307	25.6
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำให้เกิดความเชื่อมั่น คิดเป็นความถี่ 765 ร้อยละ 63.8 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 307 ร้อยละ 25.6 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 128 ร้อยละ 10.6

ตารางที่ 4.35 การสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

การสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การลงพื้นที่ด้วยตนเอง	355	29.6
การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ	415	34.6
การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว	209	17.4
การร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง	221	18.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.35 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่การสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นความถี่ 415 ร้อยละ 34.6 ลำดับที่สองคือการลงพื้นที่ด้วยตนเอง คิดเป็นความถี่ 355 ร้อยละ 29.6 ลำดับที่สามคือการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นความถี่ 221 ร้อยละ 18.4 และลำดับสุดท้ายคือ การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว คิดเป็นความถี่ 209 ร้อยละ 17.4

ตารางที่ 4.36 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่ด้วยตนเอง

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่ด้วยตนเอง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	857	71.4
ไม่ใช่	110	9.2
ไม่แน่ใจ	233	19.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่ด้วยตนเอง คิดเป็นความถี่ 857 ร้อยละ 71.4 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 233 ร้อยละ 19.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 110 ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 4.37 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	955	79.6
ไม่ใช่	56	4.6
ไม่แน่ใจ	189	15.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นความถี่ 955 ร้อยละ 79.6 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 189 ร้อยละ 15.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 56 ร้อยละ 4.6

ตารางที่ 4.38 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	729	60.8
ไม่ใช่	190	15.8
ไม่แน่ใจ	281	23.4
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.38 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว คิดเป็นความถี่ 729 ร้อยละ 60.8 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 281 ร้อยละ 23.4 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 190 ร้อยละ 15.8

ตารางที่ 4.39 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	788	65.7
ไม่ใช่	150	12.5
ไม่แน่ใจ	262	21.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นความถี่ 788 ร้อยละ 65.7 ลำดับที่สองคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 262 ร้อยละ 21.8 และลำดับสุดท้ายคือ ไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 150 ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4.40 การสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

การสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
กิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา	253	21.1
กิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน	371	30.9
กิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน	217	18.1
กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน	359	29.9
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.40 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าการสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ กิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน คิดเป็นความถี่ 371 ร้อยละ 30.9 ลำดับที่สองคือกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน คิดเป็น

ความถี่ 359 ร้อยละ 29.9 ลำดับที่สามคือกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา คิดเป็นความถี่ 253 ร้อยละ 21.1 และลำดับสุดท้ายคือ กิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน คิดเป็นความถี่ 217 ร้อยละ 18.1

ตารางที่ 4.41 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	853	71.1
ไม่ใช่	130	10.8
ไม่แน่ใจ	217	18.1
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.41 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา คิดเป็นความถี่ 853 ร้อยละ 71.1 ลำดับที่สองคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 217 ร้อยละ 18.1 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 130 ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4.42 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	934	77.8
ไม่ใช่	73	6.1
ไม่แน่ใจ	193	16.1
รวม	1200	100

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
มีกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน คิดเป็นความถี่ 934 ร้อยละ 77.8 ลำดับที่สองคือไม่
แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 193 ร้อยละ 16.1 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 73 ร้อยละ 6.1

ตารางที่ 4.43 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม
ของประชาชน

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ของประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	804	67.0
ไม่ใช่	149	12.4
ไม่แน่ใจ	247	20.6
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.43 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
มีกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน คิดเป็นความถี่ 804 ร้อยละ 67.0 ลำดับที่สองคือไม่
แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 247 ร้อยละ 20.6 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 149 ร้อยละ 12.4

ตารางที่ 4.44 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการ
ของประชาชน

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมที่ตอบสนองความ ต้องการของประชาชน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	979	81.6
ไม่ใช่	59	4.9
ไม่แน่ใจ	162	13.5
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.44 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน คิดเป็นความถี่ 979 ร้อยละ 81.6 ลำดับที่สองคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 162 ร้อยละ 13.5 และลำดับสุดท้ายคือ ไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 59 ร้อยละ 4.9

ตารางที่ 4.45 การสร้างการรับรู้ของผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด

การสร้างการรับรู้ของผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุด	ความถี่	ร้อยละ
การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน	578	48.2
การประชุมประชาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน	208	17.3
การสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรง	414	34.5
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.45 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าการสร้างการรับรู้ของผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน คิดเป็นความถี่ 578 ร้อยละ 48.2 ลำดับที่สองคือการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรง คิดเป็นความถี่ 414 ร้อยละ 34.5 และลำดับสุดท้ายคือ การประชุมประชาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน คิดเป็นความถี่ 208 ร้อยละ 17.3

ตารางที่ 4.46 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	1037	86.4
ไม่ใช่	45	3.8
ไม่แน่ใจ	118	9.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.46 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน คิดเป็นความถี่ 1037 ร้อยละ 86.4 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 118 ร้อยละ 9.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 45 ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.47 ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการประชุมประชาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน

ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการประชุมประชาคม การ แสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	836	69.7
ไม่ใช่	126	10.5
ไม่แน่ใจ	238	19.8
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.47 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการประชุมประชาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน คิดเป็นความถี่ 836 ร้อยละ 69.7 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 238 ร้อยละ 19.8 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 126 ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.48 ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน โดยตรง

ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน โดยตรง	ความถี่	ร้อยละ
ใช่	917	76.4
ไม่ใช่	89	7.4
ไม่แน่ใจ	194	16.2
รวม	1200	100

จากตารางที่ 4.48 พบว่าผู้ตอบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน โดยตรง คิดเป็นความถี่ 917 ร้อยละ 76.4 ลำดับที่สองคือไม่แน่ใจ คิดเป็นความถี่ 194 ร้อยละ 16.2 และลำดับสุดท้ายคือไม่ใช่ คิดเป็นความถี่ 89 ร้อยละ 7.4

สรุปกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ด้านการสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน มีการทำให้เกิดความสนิทสนม มีการทำให้เกิดความเชื่อมั่น ด้านการสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่ด้วยตนเอง มีการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ มีการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว มีการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ด้านการสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา มีกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน มีกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน มีกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน ด้านการสร้างการรับรู้ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ความต้องการให้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน มีการประชุมประชาคม การแถลงผลงาน การสรุปผลการทำงาน มีการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรง สามารถนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 4.8 แผนภาพกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
จากการวิจัยเชิงปริมาณ

จากภาพที่ 4.7 สรุปกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงปริมาณ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นด้านการสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน คิดเป็นความถี่ 718 ร้อยละ 59.9 ลำดับที่สองคือการทำให้เกิดความเชื่อมั่น คิดเป็นความถี่ 261 ร้อยละ 21.7 และลำดับสุดท้ายคือการทำให้เกิดความสนิทสนม คิดเป็นความถี่ 221 ร้อยละ 18.4 ด้านการสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นความถี่ 415 ร้อยละ 34.6 ลำดับที่สองคือการลงพื้นที่ด้วยตนเอง คิดเป็นความถี่ 355 ร้อยละ 29.6 ลำดับที่สามคือการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นความถี่ 221 ร้อยละ 18.4 และลำดับสุดท้ายคือ การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว คิดเป็นความถี่ 209 ร้อยละ 17.4 ด้านการสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มี

ความสำคัญมากที่สุดคือ กิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน คิดเป็นความถี่ 371 ร้อยละ 30.9 ลำดับที่สองคือกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน คิดเป็นความถี่ 359 ร้อยละ 29.9 ลำดับที่สามคือกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา คิดเป็นความถี่ 253 ร้อยละ 21.1 และลำดับสุดท้ายคือ กิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน คิดเป็นความถี่ 217 ร้อยละ 18.1 ด้านการสร้างการรับรู้ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน คิดเป็นความถี่ 578 ร้อยละ 48.2 ลำดับที่สองคือการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรง คิดเป็นความถี่ 414 ร้อยละ 34.5 และลำดับสุดท้ายคือ การประชุมประชาคม การแถลงผลงาน การสรุปผลการทำงาน คิดเป็นความถี่ 208 ร้อยละ 17.3

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น สรุปจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพและผลการวิจัยเชิงปริมาณ การสร้างเครือข่ายผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การสร้างเครือข่ายต้องใช้เวลาให้เกิดความสนิทสนม ความเชื่อมั่น ต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู เน้นการลงพื้นที่บ่อยๆ ให้ประชาชนในพื้นที่ทุกคนเป็นเครือข่าย เครือข่ายมีหลายระดับอาจจะเป็นเครือข่ายญาติพี่น้อง เครือข่ายเพื่อนฝูง เครือข่ายกำนันผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายแกนนำ เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายอุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกัน จากการวิจัยเชิงปริมาณด้านการสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน ลำดับที่สองคือการทำให้เกิดความเชื่อมั่น และลำดับสุดท้ายคือการทำให้เกิดความสนิทสนม การสร้างความสัมพันธ์ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงคุณภาพเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด แสดงความจริงใจ ไปร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การมานั่งคุยกันทั้งการประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ถ้าไปเจอคนที่ไม่ชอบก็ต้องยังเข้าไปเพื่อเค้าจะเปลี่ยนใจ การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เพราะการสื่อให้ประชาชนรู้ น้อยเท่าไรจะถูกประชาชนกดดันและต่อต้านมากเท่านั้น จากการวิจัยเชิงปริมาณด้านการสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ลำดับที่สองคือการลงพื้นที่ด้วยตนเอง ลำดับที่สามคือการร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และลำดับสุดท้ายคือการทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว การสร้างกิจกรรมผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงคุณภาพกิจกรรมมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา เช่นงานแต่งงาน งานบวช งานศพ เป็นต้นและกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการดำเนินกิจกรรม กำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เช่นการประชุมแผนระดับจังหวัด การเปิดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย

จากการวิจัยเชิงปริมาณด้านการสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ลำดับที่สองคือกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน ลำดับที่สามคือกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา และลำดับสุดท้ายคือกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน การสร้างการรับรู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงคุณภาพมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน การประชุมสมาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน การพูดคุยถึงผลงานที่ใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสียงตามสาย รถประชาสัมพันธ์ ฝากผู้ใหญ่บ้านประชาสัมพันธ์ ฝากส่งประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ ส่งจดหมายข่าวให้กับทุกหน่วยงาน เสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้านก็จะฝากประชาสัมพันธ์ เน้นให้ถึงประชาชน หัวใจใหญ่คือการประชาสัมพันธ์ จากการวิจัยเชิงปริมาณด้านการสร้างการรับรู้ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน ลำดับที่สองคือการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรง และลำดับสุดท้ายคือการประชุมประชาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน สามารถนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 4.9 แผนภาพสรุปกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

จากภาพที่ 4.9 สรุปกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การสร้างความสัมพันธ์ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด ไปร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่องการสร้างกิจกรรมผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นกิจกรรมมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา การดำเนินกิจกรรมการกำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การสร้างการรับรู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน การประชุมสมาคม การแถลงผลงาน การสรุปผลการทำงาน เน้นการสื่อสารให้ถึงประชาชน

ส่วนที่ 4 : ผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

ในส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ได้มาจากการสรุปข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยมีการแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น และตอนที่ 2 การพัฒนาการจัดการการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น

ตอนที่ 1 การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสั้นกระชับเข้าใจง่าย การพูดให้สนุกสรวลและมีสาระ สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น แบ่งออกได้ ดังนี้

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองในการที่ให้ความสำคัญกับคำพูด และการกระทำ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง เมื่อพูดไปแล้วต้องทำให้ได้ มีความเป็นกันเอง แสดงออกถึงความจริงใจ แสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง แสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ การทำให้กับประชาชนในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่ การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรับดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านการพูดคุยแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ เป็นผู้ที่มีการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่โดยเน้นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง การใช้ภาษาท้องถิ่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวในการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านการพูดคุยแบบมีความสนุกสนาน การพูดความจริงเรื่องจริง การพูดเน้นย้ำบ่อยๆ ในประเด็นที่ต้องการจะบอก การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน เน้นการพูดตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การแสดงออกถึงความจริงใจ การแสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านสร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น มีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การสร้างเครือข่ายต้องใช้เวลาให้เกิดความสนิทสนม ความเชื่อมั่น เน้นการลงพื้นที่บ่อยๆ ให้ประชาชนในพื้นที่ทุกคนเป็นเครือข่าย เครือข่ายมีหลายระดับอาจจะเป็นเครือข่ายญาติพี่น้อง เครือข่ายเพื่อนฝูง เครือข่ายกำนันผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายแกนนำ เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายอุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกัน เน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด แสดงความจริงใจ ไปร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การดูแลประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและมีความเท่าเทียมกัน การรับฟังเรื่องราวของประชาชนในพื้นที่ว่ามีความต้องการ มีความเดือดร้อน และนำเอาข้อมูลความต้องการความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่มาแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่โดยให้มีความเท่าเทียมกันในพื้นที่

ตอนที่ 2 การพัฒนาการจัดการการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ในด้านการพัฒนาการจัดการการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นแบ่งออกได้ ดังนี้ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่นๆ เสริม และมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร นำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น แบ่งออกได้ ดังนี้

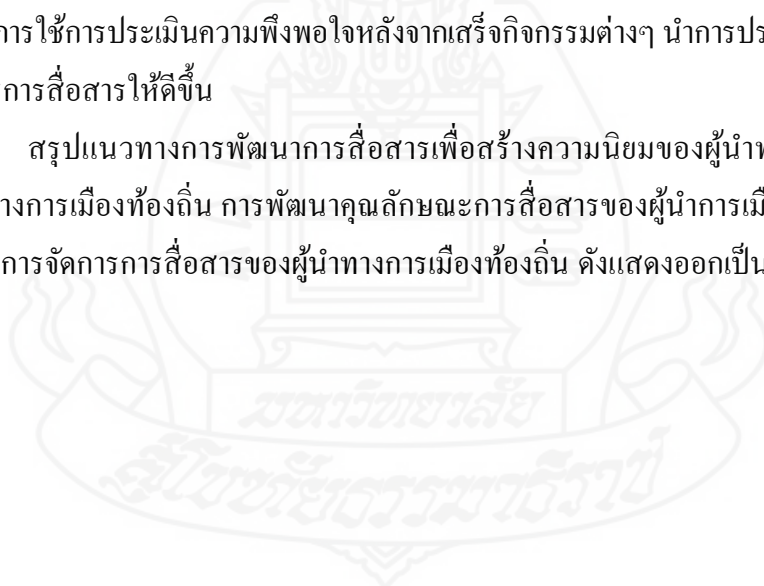
ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านการวางแผนการสื่อสารมีทีมงานมาร่วมกันวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ กระจายตามพื้นที่ หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลงพื้นที่ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน เมื่อได้ข้อมูลปัญหา ความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่แล้วนำมาปรับเป็นแผนในการกำหนดนโยบาย การตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ เรื่องของการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค การจัดการน้ำ ถนน ไฟฟ้า ประปา การศึกษา คุณภาพชีวิต ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มเป้าหมาย การดูแลประชาชนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน การแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารแบ่งออกตามช่วงอายุของทีมงานที่มีอยู่ว่าอยู่ในช่วงอายุไหนก็ดูแลกลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุนั้น ในบางพื้นที่มีการกำหนดกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุ เนื่องจากในพื้นที่มีเด็กและผู้สูงอายุเป็นจำนวนมาก เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบายเน้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองเป็นหลัก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้ายประชาสัมพันธ์ รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ การปราศรัย เพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเอง การกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมดูความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ สื่อหลักที่สำคัญคือสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นหลัก

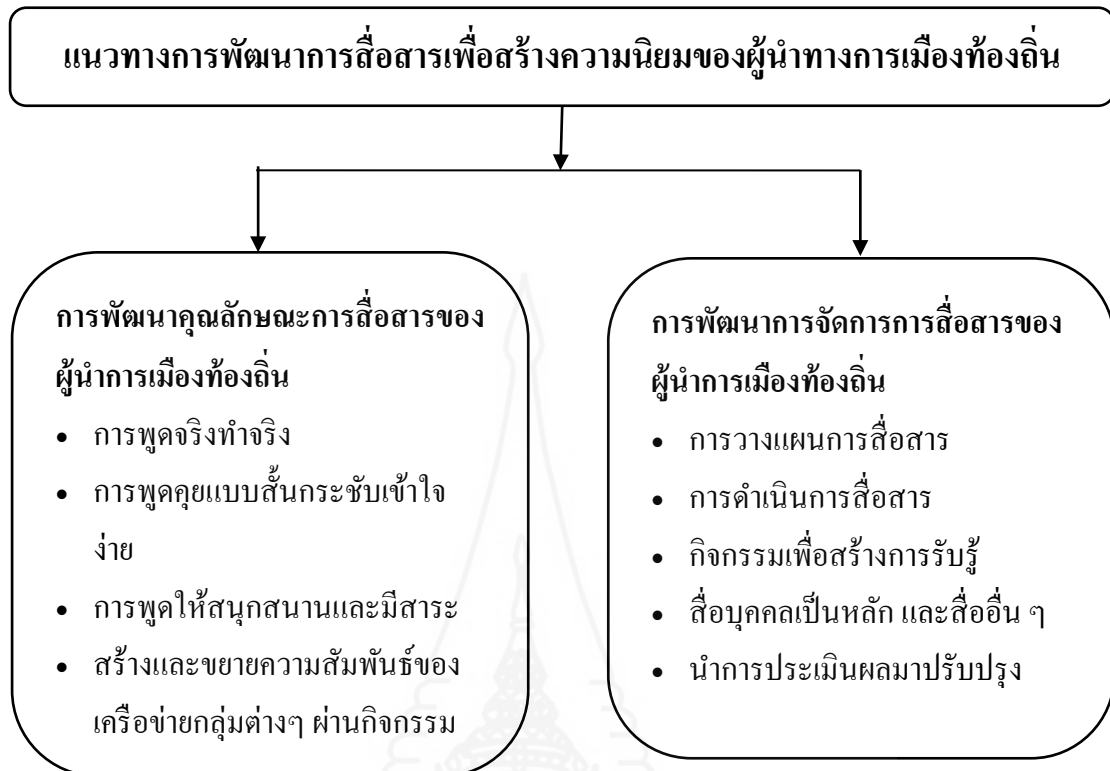
ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านการดำเนินการสื่อสารควรมีการจัดตั้งศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ใช้บ้านตนเองเป็นที่ตั้ง มีการจัดการดูแลพื้นที่ที่โดยแบ่งออกเป็นตามอำเภอ ตำบล หมู่บ้านมีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ ในพื้นที่ขนาดใหญ่มีการทำแผนที่และคนที่อยู่ในบ้านแต่ละหลังในพื้นที่อย่างละเอียด มีทีมงานในรูปแบบต่างๆ กระจายอยู่ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น เพื่อน ผู้สมัครที่ลงสมัครเป็นทีมเดียวกัน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เครือข่ายแกนนำ คนกลุ่มนี้จะดูแลพื้นที่โดยแบ่งพื้นที่ในการดูแล การลงพื้นที่ในคนกลุ่มนี้จะมีส่วนสำคัญในการพาลงเดินพื้นที่ การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ สร้างมิตรไมตรีสร้างศรัทธา ในช่วงการเลือกตั้ง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีข้อความ

สั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การใช้รถแท็กซี่เพื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ การตั้งเวทีเพื่อการปราศรัย สร้างกิจกรรมควรมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา และกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการดำเนินกิจกรรมการกำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น สร้างการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ สร้างการรับรู้ควรมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอพยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน การประชุมสมาคม การแสดงผลงาน การสรุปผลการทำงาน การพูดคุยถึงผลงานที่ใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสียงตามสาย รถแท็กซี่เพื่อประชาสัมพันธ์ ฝากผู้ใหญ่บ้านประชาสัมพันธ์ ฝากส่งประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ ส่งจดหมายข่าวให้กับทุกหน่วยงาน เสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้านก็จะฝากประชาสัมพันธ์ การสื่อสารในการสร้างการรับรู้ หัวใจใหญ่คือการสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้มากที่สุด

ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านการประเมินผลการสื่อสาร โดยการประเมินผลด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างการพูดคุยด้วยกัน การดำเนินการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้แล้วนั้นจะมีทีมงานคอยไปสอบถามประชาชนในพื้นที่ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะรู้ได้ว่าประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกอย่างไร มีการใช้การประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรมต่างๆ นำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น

สรุปแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น และด้านการพัฒนาการจัดการการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ดังแสดงออกเป็นแผนภาพดังนี้





ภาพที่ 4.10 แผนภาพแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

จากภาพที่ 4.10 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ต้องเรียนรู้การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่นด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยกุยแบบสั้นกระชับเข้าใจง่าย การพูดให้สนุกสนานและมีสาระ สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น และการพัฒนาการจัดการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลักและสื่ออื่นๆ เสริม มีความต่อเนื่องในการสื่อสาร นำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น