

## บทความการวิจัย

### กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา

#### Political Communication Strategies of Mayor of Subdistrict Municipality Meuang District Nakhon Ratchasima Province

เมธี พิพัฒนัชรมคุณ

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการสื่อสาร 2) รูปแบบการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร 4) ปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ นายกเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกประเภท ดีความและวิเคราะห์ข้อมูลจากภาพรวมบริบทและทักษะของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการสื่อสารทางการเมืองประกอบด้วย (1) ภาพลักษณ์ของนายกเทศบาลตำบล มีคุณลักษณะสำคัญ 7 ด้านที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งคือ คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ คุณลักษณะด้านคุณธรรม คุณลักษณะด้านความเป็นผู้นำ คุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์ คุณลักษณะด้านความรู้ความสามารถ คุณลักษณะด้านการสื่อสารและคุณลักษณะด้านความเป็นคนในพื้นที่ (2) วิธีการกำหนดประเด็นเนื้อหาสารประกอบด้วยการวิเคราะห์ที่มาของการกำหนดเนื้อหาสาร พบว่า ส่วนใหญ่มีที่มาจากความต้องการของชุมชน ประเด็นเนื้อหาสาร เน้นเกี่ยวกับสวัสดิการและการส่งเสริมอาชีพเป็นหลัก และการนำเสนอเนื้อหาสาร โดยการใช้สโลแกนและเนื้อหาสั้น ๆ (3) การเลือกใช้สื่อ ประกอบด้วยการใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก ร่วมกับการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทต่าง ๆ (4) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ใช้ช่วงวัยเป็นเกณฑ์และใช้รูปแบบการสื่อสารในแต่ละกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน และ (5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้ง ได้แก่ 1) ความต้องการส่วนบุคคลและการได้รับความสนับสนุนจากบุคคลอื่น 2) รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองมี 4 รูปแบบ คือ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวโดยการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทต่าง ๆ รูปแบบการสื่อสารสองทางโดยการลงพื้นที่หาเสียง รูปแบบการสื่อสารสองจังหวะ โดยการใช้บุคคลใกล้ชิดร่วมกับแกนนำหรือหัวหน้าและรูปแบบการสื่อสาร

แบบบรรณรงค์โดยการสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน 3) กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองมี 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ตนเอง และกลยุทธ์การประเมินผลหาเสียง กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กับกลุ่มทีมงาน ประกอบด้วย กลยุทธ์เกี่ยวกับการเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยทีมงาน และกลยุทธ์การสร้างเงื่อนไขกับทีมงาน 4) ปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ การปล่อยข่าวลือ การโจมตี ใส่ร้ายป้ายสี และทำให้เกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของประชาชนในชุมชนที่มีต่อผู้สมัครส่งผลถึงคะแนนเสียงที่ได้รับ ซึ่งนับว่าเป็นปกติของการแข่งขันและการต่อสู้ทางการเมืองในทุกระดับ

**คำสำคัญ** การสื่อสารทางการเมือง กลยุทธ์การสื่อสาร นายกเทศบาลตำบล

## ภูมิหลัง

ในบริบททางการเมือง การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่นักการเมืองนำมาใช้ในกิจกรรมทางการเมืองหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ สร้างความนิยม ความเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ศรัทธา ตลอดจนเพื่อนำเสนอนโยบายทางการเมือง โดยมีเป้าหมายให้ได้รับความยอมรับจากผู้รับสาร และการได้รับเลือกตั้งเข้าไปดำเนินกิจกรรมทางการเมือง เนื่องจากการสื่อสารมีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ การตัดสินใจ การชี้แนะ และการสร้างกระแส ในเรื่องต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้รับสาร ด้วยเหตุนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับกิจกรรมทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยาก การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กับการเมืองมาโดยตลอด โดยเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการเมือง เนื่องจากมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของระบบการเมืองการปกครองของแต่ละสังคม เป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ได้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครอง หรือผู้ได้ปกครองด้วยกันเอง ซึ่งในภาวะปัจจุบันที่ระบบการเมืองมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น มีองค์กรทางการเมืองเกิดขึ้นมากมาย การสื่อสารทางการเมืองจึงทวีความสำคัญยิ่งขึ้น ประกอบกับการพัฒนาด้านการสื่อสารทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย และมีบทบาทสำคัญในสังคมมากยิ่งขึ้น ทำให้นักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองต้องอาศัยรูปแบบการสื่อสารเหล่านั้นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจให้ประชาชนสนับสนุนนโยบายขององค์กรทางการเมืองหรือสนับสนุนตนเอง รวมทั้งเพื่อให้กระบวนการทางการเมืองเคลื่อนไหวและดำรงอยู่ต่อไป

กระบวนการสื่อสารในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งได้ กล่าวคือ ผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งได้แก่ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส่งสาร (Message) ซึ่งได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง นโยบายทางการเมือง และข่าวสารทางการเมืองอื่นๆ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ (Channels) ไปยังผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งมี

ฐานะเป็นผู้รับสาร (Receiver) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผล (Effect) ต่อความนิยมชมชอบและศรัทธาในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง และมีการตอบสนองกลับ (Feedback) โดยการลงคะแนนเสียงสนับสนุนในการเลือกตั้ง ในทางทฤษฎีการสื่อสาร เรียกกระบวนการสื่อสารในลักษณะนี้ว่า การสื่อสารเพื่อชักชวน (Persuasive Communication) นอกจากนั้นในกระบวนการสื่อสาร สื่อมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าผู้ส่งสาร สาร และผู้รับสาร เนื่องจากสื่อเป็นพาหะหรือตัวกลางนำสารหรือข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งการเลือกใช้สื่อต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เนื้อหาสาร ธรรมชาติของผู้รับสาร และจังหวะเวลา เพราะการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสม นอกจากจะทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็นการเสียเวลาและสิ้นเปลืองมากด้วย การเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสม ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารด้วย เช่น ในการหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนราษฎรในจังหวัดที่ห่างไกล ถ้าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อในการหาเสียง แม้ว่าจะเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติและอุดมการณ์ที่ดีเช่นไร ก็คงจะไม่ได้รับเลือกเพราะสารที่ส่งยอมไปไม่ถึงตัวผู้รับ เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่อยู่ชนบท อาจจะยังไม่มียุติโทรทัศน์ใช้ พวกเขาจึงยอมไม่ได้รับสารที่ส่งผ่านสื่อที่ไปไม่ถึงผู้รับ (นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล และรุ่งนภา พิตรปรีชา, 2539)

ดังนั้น ในการสื่อสารทางการเมือง สื่อจึงเป็นสิ่งที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องให้ความสำคัญ การวางกลยุทธ์การใช้สื่อโดยที่รู้คุณลักษณะหรือธรรมชาติของสื่อ การเลือกใช้สื่อที่ถูกต้องเหมาะสมจึงมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่น ถ้าเนื้อหาทางการเมืองที่ถ่ายทอดเป็นเรื่องเกี่ยวกับนโยบายที่ซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ ควรใช้สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อบุคคลมากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ เช่นเดียวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การที่จะทำให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งทราบข้อมูลข่าวสารหรือรับรู้นโยบายทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้ง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำสื่อชนิดต่างๆ มาใช้ เพื่อให้สารต่างๆ เหล่านั้นเข้าถึงผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด และที่สำคัญกลวิธีการใช้สื่อเหล่านั้นควรมีประสิทธิผลในการโน้มน้าวใจ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่ใช้การสื่อสารและกำหนดรูปแบบการสื่อสารในฐานะผู้ส่งสารนั้น ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในองค์ประกอบต่างๆ ของกระบวนการสื่อสาร ดังที่ บี. เอช สปิทซ์บัค (B.H. Spitzbug, 1997 อ้างถึงใน สุเทพ เดชะชีพ, 2547) ทำการวิจัยเรื่อง ความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม พบองค์ประกอบการวัดความสามารถทางการสื่อสาร 3 ระดับคือ ระดับบุคคล (Individual System) ประกอบด้วยบุคลิกลักษณะของบุคคล ทักษะด้านความรู้ในเรื่องที่จะทำการสื่อสาร วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร รู้วิธีว่าควรจะทำอย่างไร ไม่ใช่เพียงแต่รู้ว่าอะไรจะสื่อสารอะไร นอกจากนั้นแรงจูงใจในการสื่อสารยังเป็นปัจจัยในการสร้างความสามารถทางการสื่อสารระหว่างบุคคลอีกด้วย เช่น ความมั่นใจตนเองของผู้ส่งสาร บุคลิกลักษณะของผู้สื่อสาร และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ ระดับกรณี (Episode System) งานวิจัยได้กล่าวถึงลักษณะและคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่จะทำให้

ผู้รับสารมีความพึงพอใจว่าเป็นผู้ส่งสารที่มีความสามารถ เมื่อมีปัจจัยเสริมส่งเสริมให้ประเมินผู้ส่งสารในแง่บวกยิ่งขึ้น ผู้รับสารย่อมมีความประทับใจในการสื่อสารของผู้ส่งสารมากขึ้น ซึ่งปัจจัยต่างๆ ได้แก่ แรงจูงใจ ความรู้ ทักษะในการสื่อสาร และระดับความสัมพันธ์ (Relation System) กล่าวถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่ส่งเสริมความสามารถทางการสื่อสารของบุคคลในระดับความสัมพันธ์ เน้นการรักษา การพัฒนาความสัมพันธ์ ความใกล้ชิดสนิทสนม ความเป็นกันเอง การให้ความเชื่อใจกันและกัน การเข้าใจคนอื่น การมีความคล้ายคลึงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้การที่นักการเมืองมีบทบาทเป็นผู้ส่งสารทางการเมือง ซึ่งอาจจะแสดงบทบาทด้วยตนเอง หรือแสดงบทบาทผ่านหัวหน้าคณะหรือผู้นำความคิดของประชาชน (Opinion Leader) ดังนั้น ในการสื่อสารที่เกิดขึ้น นักการเมืองจึงมักจะมีบทบาทเป็นผู้ส่งสารและเป็นผู้กำหนดรูปแบบ การสื่อสารนักการเมืองจึงควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสาร ตลอดจนรู้จักการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารทางการเมืองนั้น แม้จะคำนึงถึงองค์ประกอบและวิธีการที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงประสิทธิผลของการสื่อสารด้วยซึ่ง ปรมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับความรู้ 2 ประการของผู้ส่งสารคือ ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of the Subject Matter) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะทำการสื่อสาร และความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the Communication Process) หมายถึง การมีความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสารจะช่วยให้ผู้ส่งสารเข้าใจในความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในกระบวนการ ซึ่งล้วนมีความสำคัญต่อการสื่อสารทั้งสิ้น กล่าวได้ว่ากระบวนการสื่อสารทางการเมืองและการปกครอง โดยเฉพาะเมื่อมีการเลือกตั้งนั้น นับเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่สำคัญยิ่ง เนื่องจากเป็นกลไกการใช้อำนาจอธิปไตยหรือการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ในการแสดงออกซึ่งเจตจำนงในการเรียกร้องหรือสนับสนุน โดยการไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนของตนทั้งในระดับชาติ ระดับเขต หรือระดับท้องถิ่น ซึ่งนับตั้งแต่รัฐสภามีมติผ่านร่างพระราชบัญญัติเทศบาลตำบล ปี พ.ศ.2496 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2496 นั้น เมื่อท้องถิ่นใดมีสภาพอันสมควรยกฐานะเป็นเทศบาลให้จัดตั้งท้องถิ่นนั้นๆ เป็นเทศบาลตำบล มาตรา 8 การจัดตั้งเทศบาลภายหลังวันที่พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2499 ใช้บังคับ ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งผู้มีคุณสมบัติ และวิทยฐานะตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ให้เป็นสมาชิกแห่งสภา "ท้องถิ่นใดที่มีสภาพเป็นสุขาภิบาลอยู่แล้ว หากต่อมาได้มีการจัดตั้งขึ้นเป็นเทศบาลก็ให้ดำเนินการตามมาตรา 15 โดยไม่ต้องมีการแต่งตั้งสมาชิกเป็นผู้ริเริ่มการตามวรรคแรก" (ยกเลิกความในมาตรา 8 แห่ง พ.ร.บ.เทศบาล พ.ศ. 2496 และให้ใช้ความข้างต้นแทนตามมาตรา 3 แห่ง พ.ร.บ.เทศบาล (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2499) มาตรา 9 เทศบาลตำบลใดแก่ท้องถิ่นซึ่งมีพระราชกฤษฎีกายกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลตำบล พระราชกฤษฎีกา นั้นให้ระบุชื่อและเขตของเทศบาลไว้ด้วย

เพื่อให้บริหารจัดการท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติดังกล่าว เทศบาลตำบลจึงเป็นรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่ทำให้การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยรัฐไม่ได้รวมอำนาจทุกอย่างไว้ที่ส่วนกลางอีกต่อไป แต่ได้กระจายอำนาจการบริหารลงมาให้ท้องถิ่นได้พัฒนาตัวเองและดูแลกิจการของตัวเองอย่างเต็มรูปแบบ เป็นเหตุให้เกิดการปฏิรูปสังคมไทย รัฐบาลต้องดำเนินการจัดสรรงบประมาณและแบ่งงานด้านสาธารณูปโภคหรือการดำเนินนโยบายการเมือง และการปฏิบัติราชการต่าง ๆ ให้กับเทศบาลตำบล เพื่อให้ท้องถิ่นดำเนินการจัดการเองตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่ของตน รัฐบาลและส่วนกลางจะมีหน้าที่กำหนดแนวนโยบายให้กับท้องถิ่นในภาพรวม และกำกับดูแลการดำเนินการต่างๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ดังนั้น การบริหารราชการในระดับเทศบาลตำบล จึงมีความสำคัญยิ่งขึ้นและส่งผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน การเข้าสู่ตำแหน่งนายกเทศบาลตำบล ซึ่งเป็นผู้นำสูงสุดที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในชุมชน มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและรับผิดชอบการบริหารราชการของเทศบาลตำบลตามกฎหมาย และเป็นตำแหน่งที่มาจาก การเลือกตั้ง โดยการลงคะแนนเสียงของประชาชนในชุมชน โดยตรงนั้น กระบวนการสื่อสารทางการเมืองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการได้รับความไว้วางใจ และการได้รับคะแนนเสียงสนับสนุนให้มีโอกาสเข้าสู่ตำแหน่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้งของนายกเทศบาลตำบล” โดยมุ่งศึกษาตามองค์ประกอบของการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการหาเสียง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้งเข้าสู่ตำแหน่งดังกล่าว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบลจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา

## การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ นายกเทศบาลตำบล จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งสิ้น 85 แห่ง (ส่วนวิจัยและพัฒนาระบบรูปแบบและโครงสร้าง สำนักพัฒนาระบบ รูปแบบและโครงสร้างข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2558)

กลุ่มตัวอย่าง ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะนายกเทศบาลตำบล เขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่และมีเทศบาลตำบลมากที่สุด โดยเลือกจากเทศบาลตำบลทั้งสิ้น 15 แห่ง ซึ่งทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างคือ นายกเทศบาลตำบล รวมทั้งสิ้น 15 คน จากเทศบาลตำบล ดังนี้

1. เทศบาลตำบลโคกกรวด
2. เทศบาลตำบลกลางดง
3. เทศบาลตำบลคลองไผ่
4. เทศบาลตำบลปักธงชัย
5. เทศบาลตำบลพิมาย
6. เทศบาลตำบลโนนสูง
7. เทศบาลตำบลด่านเกวียน
8. เทศบาลตำบลจรเข้หิน
9. เทศบาลตำบลสูงเนิน
10. เทศบาลตำบลขามทะเลสอ
11. เทศบาลตำบลขามสะแกแสง
12. เทศบาลตำบลเมืองคง
13. เทศบาลตำบลโนนไทย
14. เทศบาลตำบลห้วยแถลง
15. เทศบาลตำบลตำบลเสิงสาง

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาและทดสอบเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อสร้างแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์
2. สร้างแบบสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยปรึกษาและได้รับคำแนะนำแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3. การทดสอบเครื่องมือวิจัย โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบเนื้อหาของแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อความถูกต้อง เทียบตรง ชัดเจน และครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำแนวคำถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้สัมภาษณ์กับกลุ่มอื่นที่มีความเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง และนำมาปรับปรุงก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

4. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยกำหนดแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้อยู่ในกรอบประเด็นปัญหาการวิจัยที่ต้องการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารทางการเมือง

ส่วนที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง

ส่วนที่ 4 แนวคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง

ส่วนที่ 5 แนวคำถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ทางการเมือง

## สรุปผล

การวิจัยนี้ได้สรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

### 1. ส่วนที่ 1 กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

การวิจัยกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล ประกอบด้วยภาพลักษณ์ของนายกเทศบาลตำบล การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาร การใช้สื่อ การวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งของนายกเทศบาลตำบล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1.1 ภาพลักษณ์ของนายกเทศบาลตำบล

ภาพลักษณ์ของนายกเทศบาลตำบล ที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้ง พบคุณลักษณะที่สำคัญ 7 ด้าน คือ

1.1.1 คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ การแต่งกายดีมีความเหมาะสม ไม่ถือตัว พูดจริงทำจริง ขยันทำงาน เชื่อมั่นในตนเอง

1.1.2 คุณลักษณะด้านคุณธรรม ได้แก่ มีความเสียสละ จริงใจ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีจิตสำนึกในการรับใช้ชุมชน มีน้ำใจบริการสังคม โปร่งใส ซื่อสัตย์ ยุติธรรม

1.1.3 คุณลักษณะด้านความเป็นผู้นำ ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือทางสังคม มีภาวะผู้นำเป็นที่ยอมรับในชุมชน มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

1.1.4 คุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ เป็นที่รู้จักของคนในชุมชน มีอริยาศรัยดี มีความเป็นกันเอง

1.1.5 คุณลักษณะด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ มีความรู้ มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญในการประกอบอาชีพ เข้าใจบริบทของชุมชน

1.1.6 คุณลักษณะด้านการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะในการพูด ความสามารถในการพูดเพื่อชักจูงใจ ความสามารถในการอธิบาย ชี้แจงเรื่องต่างๆ

1.1.7 คุณลักษณะด้านความเป็นคนในพื้นที่ ได้แก่ ความเป็นคนในพื้นที่และการเข้าถึงชุมชนคือ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการได้รับความยอมรับและสนับสนุนจากประชาชนในชุมชน

## 1.2 การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระ

วิธีการกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระที่นายกเทศบาลตำบล ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยศึกษาที่มาของการกำหนดเนื้อหาสาระ ประเด็นเนื้อหาสาระ และรูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาสาระ มีดังนี้

1.2.1 ที่มาของการกำหนดเนื้อหาสาระ มาจากความต้องการของชุมชน และจากการวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของกลุ่มแข่งขัน

1.2.2 ประเด็นเนื้อหาสาระ เน้นเกี่ยวกับเรื่องสวัสดิการ การส่งเสริมอาชีพ ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และลักษณะวิธีการบริหารงานเป็นหลัก เนื่องจากเห็นว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในชุมชน

1.2.3 รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาสาระ มีการใช้รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาไม่แตกต่างกัน ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาด้วยการกำหนดนโยบายเป็นข้อๆ ใช้สโลแกน และใช้เนื้อหาสั้นๆ ในการบอกกล่าวหรือแจ้งให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องการจะทำเพื่อชุมชน

1.3 การเลือกใช้สื่อ สื่อที่ใช้ในการหาเลือกตั้งของนายกเทศบาลตำบล มีการใช้สื่อที่ 2 ประเภท ได้แก่

### 1.3.1 สื่อเฉพาะกิจ

1) โปสเตอร์หรือใบปลิว ใช้ติดตามสถานที่ต่างๆไปในชุมชนที่ไม่จัดต่อกฎหมาย และตามบ้านเรือนของประชาชนในชุมชนที่สนับสนุนและอนุญาตให้ติด ส่วนใหญ่โปสเตอร์จะจ้างพิมพ์จำนวนไม่มากนัก เพื่อประหยัดงบประมาณ ส่วนใบปลิวจะจัดทำขึ้นเองด้วยวิธีการถ่ายเอกสารในกระดาษขนาด A4 เนื้อหาในสื่อประเภทนี้ ประกอบด้วย รูป ชื่อ หมายเลขสโลแกนหรือเนื้อหาสั้นๆ ของนโยบาย เช่นเดียวกับแผ่นป้ายขนาดใหญ่



2) แผ่นป้ายขนาดใหญ่ (Cutout) ใช้วัสดุที่เป็นไม้อัดหรือป้ายไวเนิล เน้นรูป ชื่อ หมายเลข สโลแกนหรือเนื้อหาสั้นๆ จัดทำขึ้นด้วยจำนวนไม่มากนัก เลือกติดตั้งเฉพาะจุดสำคัญ ในชุมชน เลือกใช้สื่อประเภทนี้เนื่องจากมีความเด่น ดึงดูดความสนใจได้ดี

3) รถแห่กระจายเสียง พบว่า เป็นสื่อที่นายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดเลือกใช้ เนื่องจากเห็นว่า เป็นสื่อที่สร้างความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจได้ดี และพบว่ามีการวางแผนการใช้สื่อ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างตนเองกับคู่แข่งชั้นด้วยการใช้เสียงตนเอง เสียงเพลง เสียงดนตรีหรือเสียงอื่นๆ ที่มีความหมายและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ใช้แห่กระจายเสียงในช่วงเช้า และเย็น เนื่องจากเป็นช่วงที่ประชาชนอยู่บ้าน

4) แผ่นพับหรือบัตรแนะนำตัว โดยนายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดเลือกใช้ แผ่นพับหรือบัตรแนะนำตัวในการถือติดมือ เพื่อแจกประชาชนในขณะที่เดินหาเสียงตามบ้าน แผ่นพับมักจะจัดทำขึ้นเองด้วยวิธีการถ่ายเอกสาร เนื้อหาประกอบด้วยชื่อ หมายเลข และเพิ่มเติมรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับทีมงานและนโยบาย ส่วนบัตรแนะนำตัวจะจ้างพิมพ์จำนวนมากมีขนาดเล็ก เน้นเฉพาะชื่อ หมายเลข และสโลแกนเท่านั้น

### 1.3.2 สื่อบุคคล

นายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดให้ความสำคัญกับการใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยเห็นว่าตนเองเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญและได้ผลดีที่สุด นอกจากนั้นยังใช้สื่อบุคคลที่เป็นบุคคลใกล้ชิดกับตนเอง เช่น ครอบครัว เครือญาติ เพื่อนฝูง ตลอดจนทีมงาน และแกนนำ หรือหัวคะแนน วิธีการใช้สื่อบุคคลดังกล่าวคือ เน้นการลงพื้นที่หาเสียงเลือกตั้ง โดยการเดินเข้าตามบ้านแต่ละหลัง พยายามให้ครบทุกหลังทุกชุมชนในพื้นที่ เพื่อให้ได้พูดคุย นำเสนอนโยบาย แนะนำทีมงาน อธิบายและตอบข้อซักถาม รวมถึงรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในชุมชน พร้อมแจกแผ่นพับหรือบัตรแนะนำตัว เพื่อย้ำให้ประชาชนในชุมชนจดจำและไม่ลืมหมายเลขของตนเอง ทั้งนี้ นายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดยอมรับว่า การหาเสียงเลือกตั้งด้วยการลงพื้นที่ การเข้าถึงบ้าน การเดินถึงตัว มีผลต่อการได้รับคะแนนเสียงมากที่สุด นอกจากนี้ยังได้เห็นปฏิริยาของคนในชุมชน ทำให้นายกเทศบาลตำบล และทีมงาน สามารถคาดการณ์คะแนนเสียงในเบื้องต้นได้ อีกทั้งยังสามารถนำเอาข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับและพบเห็นมาวางแผนในการหาเสียงเลือกตั้งด้วย

### 1.4 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

นายกเทศบาลตำบล มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยการจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นช่วงวัยต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มวัยกลางคนหรือกลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งนี้ยังพบว่า นายกเทศบาลตำบล ใช้รูปแบบการสื่อสารตลอดจนเนื้อหาที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งในแต่ละกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน ดังนี้

1.4.1 กลุ่มวัยรุ่น มีการใช้ทีมงานหรือผู้สนับสนุน (แกนนำ) ที่สามารถเข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มดังกล่าวช่วยในการหาคะแนนเสียง เนื่องจากเห็นว่าตนเองเป็นคนละวัย ควรใช้วัยเดียวกันหรือใกล้เคียงกันในการสร้างความเข้าใจและยอมรับซึ่งจะได้ผลมากกว่า เนื้อหาของการหาเสียงกับกลุ่มนี้ ได้แก่ เรื่องของการส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมนันทนาการ การกีฬา การศึกษาและการพัฒนาความสามารถ เป็นต้น

1.4.2 กลุ่มวัยทำงาน ส่วนใหญ่เน้นกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นหลักในการหาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากเป็นคนกลุ่มใหญ่ของชุมชน มีความรู้ มีประสบการณ์ มีความสนใจในเรื่องการเมือง และการประกอบอาชีพ เนื้อหาที่นายกเทศบาลตำบล ใช้ในการหาเสียง ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพ การสร้างรายได้ การพัฒนาและการฝึกอบรม ฯลฯ ตลอดจนเรื่องของการอำนวยความสะดวกในชุมชน เช่น ระบบสาธารณสุขประเภทต่างๆ เป็นต้น

1.4.3 กลุ่มผู้สูงอายุ บางส่วนเน้นกลุ่มผู้สูงอายุเป็นหลักในการหาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากเห็นว่า เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดของบุคคลอื่นในครอบครัว อยู่ในพื้นที่ เข้าถึงได้ง่าย โดยใช้เนื้อหาการหาเสียงเลือกตั้งที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการต่างๆ เช่น เบี้ยผู้สูงอายุ สวัสดิการเรื่องสุขภาพ การส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีที่เอื้อความสำคัญให้แก่ผู้สูงอายุ เป็นต้น เมื่อเรียงลำดับการให้ความสำคัญแก่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับกลุ่มคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มวัยรุ่นตามลำดับ

1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งนายกเทศบาลตำบล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งนายกเทศบาลตำบล เกิดจาก 2 ปัจจัย ได้แก่

1.5.1 ปัจจัยที่เกิดความต้องการส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1) ความต้องการพัฒนาชุมชน เนื่องจาก นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่เห็นว่า การได้เข้าสู่ตำแหน่งจะทำให้มีอำนาจ หน้าที่ในการบริหารจัดการงบประมาณ และเป็นโอกาสในการที่จะสร้างผลงาน ตลอดจนแก้ไขปัญหาดังกล่าวของชุมชน

2) ความต้องการให้เกิดความเปลี่ยนแปลง เนื่องจากเห็นว่า การบริหารจัดการในรูปแบบเดิมของผู้บริหารคนก่อน ยังมีข้อบกพร่อง และประชาชนในชุมชนเรียกร้องและต้องการความเปลี่ยนแปลง

3) ความสนใจในเรื่องการเมืองท้องถิ่นซึ่งเกิดจากความสนใจส่วนตัวอยากลงเข้ามาทำงานในวงการเมืองท้องถิ่น

1.5.2 ปัจจัยที่เกิดจากการได้รับความสนับสนุน แบ่งออกเป็น

1) บุคคลในครอบครัว ได้แก่ บิดา มารดา ภรรยา สามี พี่น้อง และเครือญาติ ผลการวิจัย พบว่า นายกเทศบาลตำบล กลุ่มนี้มักจะอยู่ในครอบครัวที่เป็นนักการเมืองท้องถิ่นมาก่อน

2) บุคคลภายนอกครอบครัว ได้แก่ พรรคพวก เพื่อนฝูง ฝ่ายปกครอง ข้าราชการในพื้นที่ แกนนำหรือหัวหน้า และประชาชนในชุมชน

## 2. ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล มีรูปแบบการสื่อสาร 4 รูปแบบ คือ รูปแบบการสื่อสารทางเดียว รูปแบบการสื่อสารสองทาง รูปแบบการสื่อสารสองจังหวะ และรูปแบบการสื่อสารแบบรณรงค์ โดยนายกเทศบาลตำบล ใช้รูปแบบการสื่อสารสองทางมากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบการสื่อสารสองจังหวะ รูปแบบการสื่อสารทางเดียว และรูปแบบการสื่อสารแบบรณรงค์ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามนายกเทศบาลตำบล มีการใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก ได้แก่ ตนเอง และทีมงาน แกนนำ และผู้สนับสนุน อีกทั้งเห็นว่า การลงพื้นที่หาเสียง โดยการพบปะ พูดคุยกับประชาชนในชุมชนมีความสำคัญต่อการได้รับคะแนนเสียงเป็นอย่างยิ่ง ส่วนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เป็นเพียงการสนับสนุนสื่อบุคคลเท่านั้น

2.1 รูปแบบการสื่อสารทางเดียว ได้แก่ การใช้สื่อเฉพาะกิจต่างๆ พบว่า สื่อเฉพาะกิจที่นายกเทศบาลตำบล ใช้ในการสื่อสารเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้ง คือ

2.1.1 แผ่นพับหรือบัตรแนะนำตัว เป็นสื่อที่ใช้ควบคู่กับการลงพื้นที่หาเสียงเลือกตั้งตามบ้าน เนื้อหาของแผ่นพับจะเพิ่มเติมในรายละเอียดของทีมงานและนโยบาย ส่วนบัตรแนะนำตัวจะใช้เพียงรูป ชื่อ หมายเลข และนโยบายหรือสโลแกนสั้นๆ เท่านั้น

2.1.2 แผ่นป้ายขนาดใหญ่ และ โปสเตอร์หรือใบปลิว เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเป็นลำดับแรกล่วงหน้าก่อนลงสมัครรับเลือกตั้ง เมื่อได้สมัครและมีหมายเลขแล้วจึงติดหมายเลขในภายหลัง นิยมติดตามสถานที่ที่มีประชาชนในชุมชนรวมกลุ่มกันเป็นจำนวนมาก หรือทางสัญจรทางแยกภายในหมู่บ้าน และตามบ้านเรือนของประชาชนที่ให้การสนับสนุนและอนุญาตให้ติดได้

2.1.3 รถแห่กระจายเสียง โดยนายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดใช้รถแห่กระจายเสียงเป็นสื่อในการหาเสียงเลือกตั้งด้วยวิธีการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ใช้แห่กระจายเสียงเกี่ยวกับชื่อ หมายเลข และนโยบายของตน ในช่วงเวลาเช้าและเย็นเท่านั้น เนื่องจากเห็นว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม ประชาชนอยู่ที่บ้าน ทั้งนี้เพื่อตอบย้ให้ผู้รับสาร จดจำตนเองได้ นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่มีทีมงานในการวางแผนและกำหนดรูปแบบการสื่อสารร่วมกัน ตั้งแต่การเลือกใช้สื่อ การพิจารณาคัดเลือกและกำหนดเนื้อหาสาระของสาร การนำเสนอเนื้อหา วางแผนการใช้สื่อ และกลยุทธ์ต่างๆ ในการสื่อสารทางการเมือง

2.2 รูปแบบการสื่อสารสองทาง ได้แก่ การพบปะ พูดคุย กับประชาชนในชุมชน และการประชุมทีมงานและแกนนำในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยการลงพื้นที่หาเสียงตามบ้าน ทำให้มีโอกาสดำเนินการ นำเสนอนโยบาย แนะนำทีมงาน ตลอดจนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชน ในส่วนของทีมงานและแกนนำ ใช้รูปแบบการประชุมเพื่อวางแผนการกำหนดกลยุทธ์และประเมินผลการหาเสียงเลือกตั้ง ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผล 3 ประการ คือ

2.2.1 การลงพื้นที่หาเสียงตามบ้านเป็นการให้ความสำคัญแก่ประชาชนในชุมชน

2.2.2 ทำให้ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

2.2.3 สามารถคาดการณ์คะแนนเสียงในเบื้องต้นได้

2.3 รูปแบบการสื่อสารสองจังหวะ นายกเทศบาลตำบล ใช้บุคคลใกล้ชิดร่วมกับการใช้แกนนำหรือหัวคะแนน เพื่อช่วยเหลือในการหาเสียงเลือกตั้ง 3 ลักษณะ คือ

2.3.1 ใช้ข้าราชการในพื้นที่ ทั้งฝ่ายบริหารและฝ่ายปกครอง เนื่องจากเห็นว่าบุคคลเหล่านี้ เป็นที่ยอมรับ นับถือของประชาชนในชุมชน เนื่องจากมีความรู้ ความสามารถ เป็นบุคคลของราชการ และเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงใจได้สูง

2.3.2 ใช้บุคคลใกล้ชิดที่เคยอยู่ในวงการเมืองท้องถิ่นทั้งในพื้นที่ตนเองและพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจนนักการเมืองในระดับสูงกว่าให้ช่วยเหลือตนเองในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยเน้นให้เห็นว่า บุคคลใกล้ชิดเหล่านั้นได้สนับสนุนและรับรองพฤติกรรม ผลงาน และการทำงาน ทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ตนเอง

2.3.3 ใช้การจัดตั้งและจัดจ้างแกนนำหรือหัวคะแนน โดยทำการเลือกบุคคลที่คาดว่าจะสามารถหาคะแนนเสียงในชุมชนนั้นได้ โดยพยายามเลือกแกนนำหรือหัวคะแนนให้ได้จากทุกชุมชน เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่หาเสียงเลือกตั้งมากที่สุด โดยนายกเทศบาลตำบล ใช้การจัดตั้งและจัดจ้างแกนนำหรือหัวคะแนนมากที่สุด เนื่องจากการใช้ข้าราชการในพื้นที่และการใช้บุคคลใกล้ชิดที่อยู่ในวงการเมืองมีความเสี่ยงต่อผู้ที่ให้ความสนับสนุน เนื่องจากเป็นเจ้าหน้าที่หรือคนของรัฐซึ่งต้องวางตัวเป็นกลางทางการเมือง

2.4 รูปแบบการสื่อสารแบบบรรณรงค์ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาข้อมูลที่เกิดขึ้นในระหว่างช่วงเวลาหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งกฎหมายการเลือกตั้งได้กำหนดลักษณะต้องห้ามในการหาเสียงเลือกตั้ง ไว้หลายประการ จึงทำให้การศึกษาในครั้งนี้ไม่พบรูปแบบการสื่อสารแบบบรรณรงค์ เนื่องจากขัดต่อกฎหมาย อย่างไรก็ตาม นายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดใช้รูปแบบการสื่อสารแบบบรรณรงค์เป็นประจำ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาก่อนการเลือกตั้ง และเห็นว่ารูปแบบการสื่อสารดังกล่าวมีความสำคัญอย่างมากต่อการได้เป็นที่รู้จัก ยอมรับ นับถือ จากประชาชนในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้ง รูปแบบการสื่อสารแบบบรรณรงค์

ที่พบ ได้แก่ การสนับสนุนและการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน การให้บริการและช่วยเหลือชุมชน การให้ความร่วมมือและช่วยเหลือฝ่ายปกครอง

### 3. ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

นายก เทศบาลตำบล ใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองหลายรูปแบบแตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กับกลุ่มทีมงาน

3.1 กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ตนเองและกลยุทธ์การประเมินผลหาเสียง

3.1.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ตนเอง นายกเทศบาลตำบล จำนวนหนึ่งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ตนเอง โดยเฉพาะก่อนการลงสมัครรับเลือกตั้ง ดังนี้

1) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตนเอง ด้วยการวางแผนการใช้สื่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง ได้แก่ การใช้แผ่นป้ายขนาดใหญ่ (Cutout) คิดตั้งตามสถานที่ต่างๆ ในชุมชน ในวาระโอกาสต่างๆ ไป เช่น สวัสดิ์ปีใหม่ วันสงกรานต์ ฯลฯ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และให้ประชาชนในชุมชนเห็นว่ามี ความตั้งใจจริงในการเสนอตัวรับใช้ชุมชน นอกจากนี้ในระหว่างการหาเสียงเลือกตั้ง ยังพบว่า นายกเทศบาลตำบล บางส่วนได้พยายามสร้างจุดเด่นและความประทับใจที่แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การใช้เสียงตนเองในเทปเสียงสำหรับใช้เปิดกับรถแห่กระจายเสียง หรือการนั่งพูดสดๆ ในรถแห่กระจายเสียง ทำให้สามารถตอบโต้ข้อสงสัย ข้อซักถามของประชาชนในชุมชนได้ในทันที ตลอดจนการใช้เครื่องแต่งกาย เสียงเพลง เสียงดนตรี ฯลฯ ในการสื่อความหมายความเป็นคนของชุมชน เป็นต้น

2) การใช้วิธีการอื่นๆ เช่น การเป็นแกนนำในการจัด โครงการและกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ความพยายามในการสร้างพรรคพวกกับข้าราชการในพื้นที่และฝ่ายปกครอง เป็นต้น

3.1.2 กลยุทธ์การประเมินผลหาเสียง นายกเทศบาลตำบลบางส่วนให้ความสำคัญกับการประเมินผลหาเสียงเลือกตั้ง ด้วยการกำหนดกลยุทธ์โดยการใช้บุคคลอื่นที่ไม่ใช่คนในพื้นที่ของตนเข้ามาทำการสังเกต สอบถาม ทิศต่อ พูดคุย สื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายเพื่อการประเมินผลคะแนนเสียง หลังจากที่ดินเองและทีมงานลงพื้นที่หาเสียงเลือกตั้งผ่านไปแล้วระยะหนึ่ง เนื่องจากเห็นว่า จะทำให้ได้รับข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพราะประชาชนในชุมชนจะไม่ทราบว่าเป็นพวกใครหรือฝ่ายใด แตกต่างจากการใช้ทีมงานของตนเองที่ประชาชนในชุมชนรู้จักดี เป็นผลให้ได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นจริง

3.2 กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กับกลุ่มทีมงาน นายกเทศบาลตำบล มีการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อใช้กับทีมงาน ได้แก่ กลยุทธ์เกี่ยวกับทีมงานและกลยุทธ์การสร้างเงื่อนไขกับทีมงาน

3.2.1 กลยุทธ์เกี่ยวกับทีมงาน พบกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง 2 รูปแบบ คือ

1) กลยุทธ์การเปิดเผยทีมงาน นายกเทศบาลตำบล กลุ่มนี้เห็นว่า ทีมงานมีความสำคัญและมีผลต่อการได้รับหรือไม่ได้รับเลือกตั้ง การเปิดเผยทีมงานตั้งแต่แรกเป็นการให้ความสำคัญ ให้เกียรติ และให้โอกาสแก่ทีมงาน ซึ่งทำให้เกิดการยอมรับ เชื่อถือ ไว้วางใจ และตั้งใจช่วยเหลือตนเองให้ได้รับเลือกตั้ง

2) กลยุทธ์การไม่เปิดเผยทีมงาน นายกเทศบาลตำบล บางส่วนเห็นว่า การไม่เปิดเผยทีมงาน เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะลดกระแสความขัดแย้งและการ โจมตีในเรื่องของทีมงานจากฝ่ายตรงข้าม แต่จะมีการตกลงกันในทางลับ รู้กันเฉพาะในกลุ่มเท่านั้น

3.2.2 กลยุทธ์การสร้างเงื่อนไขกับทีมงาน ได้แก่

1) กลยุทธ์ในการสร้างพันธะสัญญา เป็นลักษณะของการระดมทุนกันโดยให้ผู้สนับสนุนตนเองนำเงินมาลงขันกัน เพื่อใช้ในการต่อสู้ทางการเมืองและในการหาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากมีแนวคิดว่าจะทำให้ได้ทีมงานและผู้สนับสนุนที่จริงใจและตั้งใจช่วยเหลือตนเองอย่างเต็มที่

2) กลยุทธ์การสร้างเงื่อนไขเกี่ยวกับวาระการดำรงตำแหน่ง เป็นลักษณะการสร้างเงื่อนไข เกี่ยวกับจำนวนระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของทีมงาน ซึ่งได้แก่ รองนายกเทศบาลตำบล 2 คน เลขานุการนายกเทศบาลตำบล 1 คน ซึ่งปกติจะอยู่ในวาระคราวละ 4 ปี เท่ากับนายกเทศบาลตำบล โดยปรับให้มีรองนายกเทศบาลตำบล 4 คน เลขานุการนายกเทศบาลตำบล 2 คน และให้อยู่ในวาระคราวละ 2 ปีเท่านั้น เนื่องจากมีแนวคิดว่าจะทำให้ได้ทีมงานเพิ่มขึ้น และได้ฐานคะแนนเสียงเพิ่มขึ้น อีกทั้งเป็นทางเลือกสำหรับประชาชนในชุมชน กรณีที่ชอบหรือไม่ชอบทีมเป็นรายบุคคล

#### 4. ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองของ

นายกเทศบาลตำบล ปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองมี 2 ด้านคือ ปัญหาและอุปสรรค

ด้านการสื่อสาร และปัญหาและอุปสรรคด้านอื่น ๆ

4.1 ปัญหาอุปสรรคด้านการสื่อสาร ได้แก่ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยข่าวลือ การโจมตี การใส่ร้ายป้ายสีจากคู่แข่งหรือฝ่ายตรงข้าม และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการปรับเปลี่ยนแนวคิดและพฤติกรรมของประชาชนในชุมชนที่เกิดจากการได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นจริง แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ใช้คือ การนั่งเฉย และการใช้สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ ตนเองและทีมงานเข้าไปอธิบาย พูดคุย หรือทำให้เห็นเมื่อมีโอกาส

4.2 ปัญหาอุปสรรคด้านอื่นๆ ได้แก่ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับทีมงาน ในเรื่องของความสามัคคี ความตั้งใจและความจริงใจในการช่วยเหลือกันหาเสียงเลือกตั้ง ตลอดจนการยอมรับหรือไม่ยอมรับทีมงานของประชาชนในชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัญหาและอุปสรรคอีกประการหนึ่งคือการเมืองในระดับสูงกว่า มีอิทธิพลต่อการสนับสนุน ส่งเสริมฝ่ายตรงข้าม หรือโจมตี กีดกัน ใส่ร้ายป้ายสีตนเอง

## อภิปรายผล

### 1. ส่วนที่ 1 กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเทศบาลตำบล

1.1 ภาพลักษณ์ของนายกเทศบาลตำบล จากผลการวิจัย ที่พบว่า ภาพลักษณ์ของนายกเทศบาลตำบล ที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้ง ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 7 ด้าน คือ คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ด้านคุณธรรม ด้านความเป็นผู้นำ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านการสื่อสาร และด้านความเป็นคนในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะเหล่านั้นสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพลักษณะนิสัย ความรู้ความสามารถ และทักษะอื่นๆ ของนายกเทศบาลตำบล ในฐานะผู้นำท้องถิ่น และมีผลต่อการได้รับความยอมรับนับถือ ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ฯลฯ จากประชาชนในพื้นที่และนำมาซึ่งการได้รับเลือกตั้งเข้าสู่ตำแหน่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกษรา ดวงมณี (2546) ที่พบว่า ความคาดหวังคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นของคณะกรรมการชุมชนในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง จ.ชลบุรี ที่จำเป็นมากที่สุดอันดับ 1 คือ คุณลักษณะด้านสมรรถนะ ได้แก่ การมีไหวพริบปฏิภาณ ทันคน ทันเหตุการณ์ กระตือรือร้นและตื่นตัวในการทำงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสุขรอบคอบ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของครรชิต เหมะรักษ์ (2550) ซึ่งทำการศึกษาคุณลักษณะของนักการเมืองท้องถิ่นที่พึงประสงค์ในทัศนะของประชาชนในเขต อ.ระโนด จ. สงขลา พบว่า ประชาชนต้องการนักการเมืองท้องถิ่นที่มีลักษณะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง มีธรรมาจริยธรรม เข้ากับประชาชนทุกระดับได้ง่าย และงานวิจัยของทรงเกียรติ บัวพา พบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจเลือกผู้สมัคร โดยพิจารณาจากประวัติ ผลงาน ความมีคุณธรรม ความรู้ความสามารถ แบบการพบประชาชนสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักการเมืองท้องถิ่น (เกษรา ดวงมณี , 2545) แต่ผู้วิจัยพบเพิ่มเติมว่า นอกเหนือจากคุณลักษณะทั้ง 5 ประการนั้น ยังมีคุณลักษณะด้านการสื่อสารอีกประการหนึ่ง ที่มีความสำคัญต่อการได้รับเลือกตั้งของนายกเทศบาลตำบล ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าทักษะการพูดมีความจำเป็นต่อการหาเสียงเลือกตั้ง ดังเช่นที่ Denton และ Woodward กล่าวว่า การสื่อสารคือหลักการพื้นฐานทางการเมือง สารสำคัญของนักการเมืองก็คือ “การพูด” หรือ “ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์” ซึ่งมีทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ สอดคล้องกับผล

การศึกษาในส่วนที่ 1.3 เรื่องการใช้สื่อที่พบว่า นายกเทศบาลตำบล ใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยเน้นการลงพื้นที่พบปะประชาชนแต่ละบ้าน ซึ่งทำให้ต้องใช้ทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้สนับสนุนตน

1.2 การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาร ผลการวิจัย พบว่า วิธีการกำหนดประเด็นเนื้อหาสารที่นายกเทศบาลตำบล ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งนั้น มีที่มาจากความต้องการของชุมชนเป็นหลัก โดยเน้นเนื้อหาในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและนำเสนอเนื้อหาด้วยการกำหนดนโยบายเป็นข้อๆ ใช้ข้อความสั้นๆหรือสโลแกน ทั้งนี้เนื่องจากการหาเสียงเลือกตั้งด้วยการใช้ข้อความหรือเนื้อหาสั้นๆ ตลอดจนการใช้สโลแกน เพื่อง่ายต่อการรับรู้ การสร้างความเข้าใจและการจดจำ สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดย ชมพูนุท นุตาคม (2550) ซึ่งเสนอแนะว่าเนื้อหาสาระของการรณรงค์ ควรเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของประชาชน ซึ่งให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ โดยเนื้อหาควรเป็นข้อเท็จจริงและเชื่อมโยงให้เห็นเป็นรูปธรรมเข้าใจง่าย แต่เนื้อหาอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายและจุดมุ่งหมายเป็นสำคัญ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ทางการเมืองในตำแหน่งอื่นๆ มาก่อน จึงมีโอกาที่จะพบเห็นปัญหาหรือได้รับความต้องการต่าง ๆ ของประชาชนในชุมชน จึงได้เปรียบในเรื่องของการกำหนดประเด็นเนื้อหาสาร

1.3 การใช้สื่อ ผลการวิจัย พบว่า นายกเทศบาลตำบล ใช้สื่อ 2 ประเภท ในการหาเสียงเลือกตั้ง คือ สื่อเฉพาะกิจ และ สื่อบุคคล โดยนายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดใช้สื่อเฉพาะกิจเหมือนกัน คือ แผ่นป้ายขนาดใหญ่ โปสเตอร์หรือใบปลิว แผ่นพับหรือบัตรแนะนำตัว และรถแห่กระจายเสียง เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถผลิตและควบคุมการผลิตได้เอง อีกทั้งยังใช้งบประมาณไม่มากนักสะดวกในการเผยแพร่ เข้าถึงประชาชนในชุมชน ทั้งนี้ ความแตกต่างของการนำสื่อมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงระดับท้องถิ่น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น เงินสนับสนุน งบประมาณ จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ขนาดของชุมชนและพื้นที่หาเสียง และความเข้มข้นของการแข่งขันในการหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น (นิภากร กاجرเมณกุล, 2540) นอกจากนี้ผลการศึกษาไม่พบการใช้สื่อกระจายเสียงของชุมชน เนื่องจากสื่อดังกล่าวเป็นของทางราชการ อยู่ในความดูแลของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง ได้แก่ ผู้นำชุมชนที่ต้องวางตัวเป็นกลางในทางการเมือง การเข้าถึงสื่อดังกล่าวจึงมีข้อจำกัด อีกทั้ง ข้อจำกัดในเรื่องคุณสมบัติของสื่อที่ไม่คงทนถาวร และในพื้นที่การวิจัยสื่อกระจายเสียงของชุมชนไม่มีประสิทธิภาพนัก จึงอาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้สื่อกระจายเสียงของชุมชน ไม่ได้รับความนิยมนอกจากกลุ่มนายกเทศบาลตำบลในรูปแบบการสื่อสารเฉพาะกิจนั้น นายกเทศบาลตำบลส่วนใหญ่เลือกใช้ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น โดยการนำแบบอย่างจากการพบเห็นผู้สมัครคนอื่นปฏิบัติ เพราะคาดว่าจะได้ผลเช่นเดียวกัน



อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่านายกเทศบาลตำบล บางส่วนให้ความสำคัญกับการใช้สื่อ นอกเหนือจากการใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารตามปกติ ทั้งนี้เพื่อสร้างความโดดเด่นของสื่อให้แตกต่างจากคู่แข่งและเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตนให้ดึงดูดความสนใจจากประชาชนในชุมชน เช่น การตกแต่งภาพให้ดูดี การแต่งการที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน การใช้เสียงตนเองในเทปเสียงที่ใช้เปิดกับรถแห่กระจายเสียงตลอดจนการนั่งไปกับรถเพื่อพูดกระจายเสียงสด ๆ โดยไม่ใช้เทป สำหรับการใช้อุปกรณ์นั้น นายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดเห็นว่า มีความสำคัญมากที่สุดเป็นสื่อหลักที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง และเป็นสื่อที่มีประสิทธิผลดีที่สุด ซึ่งสื่อบุคคลที่นายกเทศบาลตำบล ใช้ นั้น ได้แก่ ตนเอง บุคคลในครอบครัว ทีมงาน แกนนำหรือหัวหน้าคณะ โดยรูปแบบการใช้อุปกรณ์ คือ การลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับประชาชนตามบ้านแต่ละหลัง ซึ่งวิธีการใช้สื่อดังกล่าวนี้เป็นวิธีการเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งโดยตรง เป็นวิธีการที่ได้ผลดี เนื่องจากผู้สมัครหรือนายก อบต. ได้มีโอกาสใกล้ชิดกับประชาชน และประชาชนสามารถซักถามข้อข้องใจ และตอบโต้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งได้เป็นลักษณะของการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ทางการเมืองสื่อสาร (เสถียร เขย ประทับ, 2540) ซึ่งอธิบายว่า ในการสื่อสารทางการเมืองสื่อมวลชนและสื่อบุคคลจะมีบทบาทแตกต่างกัน ผู้ส่งสารควรเลือกใช้สื่อ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เนื้อหาสาร ธรรมชาติของผู้รับสาร และจังหวะเวลาในการสื่อสาร แม้การใช้อุปกรณ์ในการสื่อสารทางการเมืองจะมีข้อเสียในเรื่องของความเร็วในการสื่อสารไปยังผู้รับสารที่มีจำนวนมากได้ค่อนข้างช้าก็ตาม แต่การหาเสียงในระดับเทศบาลตำบล ซึ่งเป็นการหาเสียงระดับท้องถิ่นที่มีจำนวนผู้มีสิทธิออกเสียงไม่มาก ประกอบกับระยะเวลาในการหาเสียงนานจึงไม่มีปัญหาในจุดนี้มากนัก นอกจากนี้ การเดินเคาะประตูบ้านจะช่วยให้ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสาร ได้สัมผัสกับผู้รับสาร โดยตรง สามารถทำการสื่อสารแลกเปลี่ยนกันได้ทันที สามารถลดปัญหาการเลือกรับสาร (Selective exposure) ได้ เพราะผู้สมัครเดินถึงบ้าน ถึงตัวผู้รับสาร ที่สำคัญสามารถจูงใจผู้รับสารให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิภากร กاجرเมญกุล (2540) พบว่า สื่อที่ เทศบาลตำบล สตรีใช้เป็นสื่อหลักในการหาเสียงเลือกตั้ง คือ สื่อบุคคล โดยใช้วิธีเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุดและใช้สื่อประเภท ป้าย ใบปลิว บัตรแข็ง รถคิดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่เป็นสื่อสนับสนุนสื่อบุคคล

1.4 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัย พบว่า นายกเทศบาลตำบล มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นช่วงวัยต่างๆ และใช้รูปแบบการสื่อสารตลอดจนเนื้อหาในการหาเสียงเลือกตั้งในแต่ละกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มวัยกลางคนหรือกลุ่มวัยทำงานมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า กลุ่มดังกล่าวเป็นฐานคะแนนเสียงกลุ่มใหญ่ที่สุดในชุมชนและเป็นกลุ่มผู้นำครอบครัวที่มีความรู้ มีประสบการณ์ ซึ่งจะสนใจในเรื่องการประกอบอาชีพ การสร้างรายได้ ฯลฯ อีกทั้งมักจะมีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึง เรื่องการเมืองท้องถิ่น

สอดคล้องกับนโยบายหลักในการหาเสียงเลือกตั้งของ นายกเทศบาลตำบล เกือบทั้งหมด ที่ผลการศึกษาพบว่า เน้นประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพ การสนับสนุนสวัสดิการ และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงลักษณะวิธีการบริหารงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่กลุ่มวัยทำงานให้ความสนใจ หากนโยบายสามารถเข้าถึงหรือตอบสนองกลุ่มนี้ได้ นอกจากจะได้รับคะแนนเสียงแล้ว ยังได้ทีมงานหรือแกนนำในการช่วยปฏิบัติงานในชุมชนอีกด้วย ในส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ นั้น ผลการศึกษาพบว่า นายก อบต. ให้ความสำคัญในลำดับรองลงมา เนื่องจากเห็นว่าเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดของบุคคลอื่นในครอบครัว อยู่ในพื้นที่เข้าถึงได้ง่าย และเนื้อหาการหาเสียงจะเกี่ยวกับสวัสดิการต่างๆ นั้น ผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่า เป็นไปตามลักษณะของขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน ที่มักจะให้ความสำคัญนับถือแก่ผู้อาวุโส ซึ่งส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์ มีพรรคพวก ตลอดจนเป็นผู้มีบุญคุณสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นก่อนๆ อีกทั้งนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุน ส่งเสริม สวัสดิการ ให้แก่ผู้สูงอายุในเรื่องต่างๆ เช่น การจ่ายเบี้ยครองชีพให้แก่ผู้สูงอายุ และผู้พิการในชุมชน สวัสดิการในเรื่องการรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น ถูกนำมาใช้ในการกำหนดเป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งของ นายกเทศบาลตำบลเพราะเป็นเรื่องที่ถูกกำหนดให้ปฏิบัติ และเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการได้รับประโยชน์โดยตรงของกลุ่มผู้สูงอายุ นายกเทศบาลตำบล จึงนำเรื่องดังกล่าวกำหนดเป็นนโยบายในการหาเสียงและคาดการณ์ว่าจะได้รับคะแนนเสียงสนับสนุนอย่างแน่นอน สำหรับกลุ่มวัยรุ่นนั้น นายกเทศบาลตำบล เกือบทั้งหมดใช้ทีมงานหรือแกนนำช่วยเหลือในการหาคะแนนเสียง และให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า นายกเทศบาลตำบล อาจเห็นกลุ่มดังกล่าวนี้เป็นวัยที่สนใจในเรื่องอื่น ๆ มากกว่าเรื่องความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพ และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยกำลังศึกษา อาจไม่ได้อยู่ในพื้นที่เป็นประจำ อีกทั้งบุคคลอื่นๆ ในครอบครัว เช่น พ่อ แม่ หรือญาติผู้ใหญ่ สามารถโน้มน้าวใจกลุ่มดังกล่าวนี้ให้คล้อยตามได้ เป็นไปตามผลการศึกษาที่พบว่า นายกเทศบาลตำบลใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยการสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมตามที่กลุ่มดังกล่าวให้ความสนใจ

1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งนายกเทศบาลตำบล ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่ง นายกเทศบาลตำบล พบว่ามาจากปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลและปัจจัยที่เกิดจากการได้รับความสนับสนุนนั้น ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความต้องการในการพัฒนาชุมชน ความต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และความสนใจในเรื่องการเมืองท้องถิ่น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรพรรณ ฤาชา (2547) ที่พบว่า แรงจูงใจของนักการเมืองท้องถิ่นสตรีในการลงสมัครรับเลือกตั้ง คือ ความต้องการทำงานให้ชุมชนด้วยตนเอง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของชัยเชษฐเกษม (2548) ซึ่งวิจัยระดับแรงจูงใจในการเป็นนักการเมืองท้องถิ่นในกลุ่ม อบจ. เทศบาล และ

อบต.พบว่า ระดับแรงจูงใจในด้านการต้องการรักษาความเป็นธรรมของสังคมสูงที่สุด แรงจูงใจในการตอบสนองความต้องการของจิตใจน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สันติ รอดไพฑูรย์ (2549) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่การเมืองท้องถิ่นของ ส.อบต. จ. เชียงใหม่ คือ การรักษาผลประโยชน์ของท้องถิ่น รองลงมาคือความต้องการพัฒนาท้องถิ่น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการในการพัฒนาชุมชนนั้น เป็นเหตุผลหลักที่ใช้ในการหาเสียงของนักการเมืองทุกระดับ ในการเมืองระดับท้องถิ่น การเข้าสู่ตำแหน่งฝ่ายบริหารเป็นผลให้มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการงบประมาณ การสร้างผลงานให้ปรากฏเป็นรูปธรรมจึงสามารถกระทำได้ง่าย และเมื่อมีผลงาน โอกาสที่จะได้รับเลือกตั้งเข้ามาบริหารในวาระต่อ ๆ ไปจึงมีมากขึ้น ซึ่งอาจกลายเป็นการสะสมอำนาจและการผูกขาดทางการเมือง ดังจะเห็นได้จากการสืบทอดอำนาจทางการเมืองจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง หรือการสนับสนุนเครือข่ายใกล้ชิดให้เข้าสู่การเมือง สำหรับปัจจัยที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในกลุ่มนายกเทศบาลตำบล ที่ชนะการเลือกตั้งเข้าสู่ตำแหน่งวาระแรก โดยนายกเทศบาลตำบล กลุ่มนี้ ได้เน้นประเด็นความต้องการในการเปลี่ยนแปลงของประชาชนชุมชนขึ้นเป็นนโยบายหลักในการหาเสียง พร้อมทั้งการขอโอกาสทำงาน และการสร้างนโยบายให้แตกต่างจากทีมบริหารชุดเดิม ในส่วนปัจจัยที่เกิดจากความสนใจในเรื่องการเมืองท้องถิ่นนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเป็นปัจจัยในกลุ่มนายกเทศบาลตำบล ที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ แต่ยังไม่มีการประสบการณ์ทางการเมือง และนายกเทศบาลตำบล กลุ่มนี้มีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเข้าสู่การเมืองท้องถิ่นล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ ดังผลการศึกษาในส่วนที่ 3 ในส่วนของปัจจัยที่เกิดจากการได้รับความสนับสนุนนั้น พบว่า ส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัว และอีกส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากบุคคลภายนอกครอบครัว ได้แก่ พรรคพวกเพื่อนฝูง ฝ่ายปกครอง ข้าราชการในพื้นที่ แกนนำหรือหัวหน้า และประชาชนในชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชัยเดช รุณเกษม (2548) พบว่า นักการเมืองท้องถิ่นส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนให้เข้ามาเป็นนักการเมืองท้องถิ่น และผลการศึกษาของ เขาวเนตร ลีมรัช (2549) พบว่า การเข้าสู่ตำแหน่งการเมืองของ เทศบาลตำบลสตรี จ.ภูเก็ต มาจากพื้นฐานของครอบครัว การสนับสนุนของครอบครัวและฐานะทางการเงินทางครอบครัวโดยมีกระบวนการเข้าสู่ตำแหน่งคือ การแนะนำตนเองให้เป็นที่รู้จัก การสนับสนุนและการส่งเสริมด้านกีฬา การเข้าร่วมในกลุ่มองค์กรต่าง ๆ การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นต้น

## 2. ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

ผลการวิจัย พบรูปแบบการสื่อสารทางเดียว พบว่า นายกเทศบาลตำบล ใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นป้ายขนาดใหญ่ โปสเตอร์หรือใบปลิว แผ่นพับหรือบัตรแนะนำตัว และรถแห่กระจายเสียงในการสื่อสารเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้ง จะเห็นได้ว่า เป็นการใช้สื่อตามที่กฎหมายกำหนด และ

นายกเทศบาลตำบล ทั้งหมดใช้สื่อแต่ละประเภทเหมือนกัน และลักษณะการใช้ไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการผลิตสื่อมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง โดยนายกเทศบาลตำบล บางส่วนให้ความสำคัญกับสื่อค่อนข้างมาก เช่น ใช้การตกแต่งภาพ หรือการใช้ภาพที่มีความหมาย การใช้เสียงตนเองหรือการใช้เพลงพื้นบ้านในเทศกาลสำหรับรณรงค์กระจายเสียง รวมถึงการนั่งพูดประชาสัมพันธ์ไปกับรถแห่กระจายเสียง ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงการดึงดูดความสนใจจากประชาชน ผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่า ปัจจัยสำคัญที่น่าจะมีผลต่อการเลือกใช้สื่อ รูปแบบ และลักษณะการใช้สื่อ ประการหนึ่งได้แก่ งบประมาณ จากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการพบว่า ถึงแม้กฎหมายจะกำหนดวงเงินในการใช้หาเสียงเลือกตั้ง แต่ นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่มีวงเงินจำกัดซึ่งไม่มากนัก การผลิตสื่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจำนวนในการผลิต คุณภาพในการผลิตจึงขึ้นอยู่กับการจัดสรรงบประมาณ นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องของสื่อมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ ในกลุ่มนายกเทศบาลตำบล ที่เป็นผู้มีประสบการณ์ทางการเมือง เคยมีผลงานมาก่อน ให้ความสำคัญกับสื่อดังกล่าวค่อนข้างน้อย เพราะเห็นว่าตนเองเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว ในขณะที่ กลุ่มนายกเทศบาลตำบล ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มีการศึกษาสูงแต่ไม่มีประสบการณ์ทางการเมือง เห็นว่าสื่อประเภทต่าง ๆ มีความสำคัญมากในการแนะนำตนเองให้เป็นที่รู้จัก ช่วยในการสร้างจุดเด่นให้แก่ตนเอง และในกลุ่มนายกเทศบาลตำบล ที่ไม่มีคู่แข่งให้ความสำคัญกับสื่อและปริมาณการใช้สื่อน้อยมาก ใช้สื่อเพียงเพื่อการบอกกล่าวหรือแจ้งให้ชุมชนทราบว่าตนเองลงสมัครเท่านั้น รูปแบบการสื่อสารสองทาง พบว่า นายกเทศบาลตำบลใช้การลงพื้นที่หาเสียงเลือกตั้งแบบเคาะประตูบ้าน เพื่อเป็นการให้ความสำคัญแก่ประชาชนในชุมชน ได้พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนซักถามปัญหาระหว่างกัน ตลอดจนได้คาดการณ์คะแนนเสียงในเบื้องต้น ซึ่งจากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับยุทธวิธีการหาเสียงที่สามารถนำเสนอนโยบายแก่ประชาชนได้ทั่วถึง (อรพรรณ ภาษา, 2547) คือ การพูดคุยพบปะกับประชาชนตามบ้านหรือการเดินทางหาเสียงตามบ้าน เพราะจะทำให้ผู้สมัครกับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ได้ใกล้ชิดอย่างเป็นกันเอง ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนซักถาม รับฟังปัญหาได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะช่วยเสริมภาพของผู้สมัครให้โดดเด่น ยกย่องความเป็นผู้นำของผู้สมัคร ให้ผู้มีสิทธิได้รู้จักตัว รู้แนวคิดของผู้สมัครเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาตัดสินใจเลือก และช่วยประเมินเสียงตอบรับของประชาชนและชุมชนที่มีต่อผู้สมัคร รูปแบบการสื่อสารสองจังหวะ พบว่า นายกเทศบาลตำบล ใช้ข้าราชการในพื้นที่ ใช้บุคคลใกล้ชิดที่อยู่ในวงการเมือง ใช้การจัดตั้งและจัดจ้างแกนนำหรือหัวคะแนน ช่วยในการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การได้รับความสนับสนุนจากบุคคลอื่นมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการได้รับเลือกเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมือง การใช้ข้าราชการในพื้นที่ทั้งข้าราชการประจำและข้าราชการฝ่ายปกครอง สะท้อนให้เห็นว่า บุคคลดังกล่าว

ที่ต้องวางตัวเป็นกลางทางการเมือง ไม่ได้เป็นกลางอย่างแท้จริง และบางครั้งยังกลายเป็นเครื่องมือให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดแก่ตนเองอีกด้วย อีกทั้งการจัดตั้งและตัดจ้างแกนนำหรือหัวคะแนน ยังเป็นวิธีการหาเสียงเลือกตั้งที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและเปิดเผยนำไปสู่การทุจริตในการเลือกตั้งที่ผิดต่อกฎหมาย เช่น การใช้อิทธิพลของระบบราชการ การใช้กลวิธีทำลายคู่แข่ง และอื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ผลการศึกษายังเป็นไปตามแนวคิดวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยสื่อบุคคล โดย อานนท์ ภักดีวงศ์ (2539) ซึ่งสรุปว่า การใช้หัวคะแนนในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของไทย เป็นวิธีการที่ค่อนข้างได้ผลมาก เพราะวัฒนธรรมทางการเมืองของคนไทยมีลักษณะเชื่อฟังผู้ใหญ่หรือบุคคลที่ตนให้ความเคารพนับถือ ยาเกรง และขาดข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากแหล่งอื่นๆ การใช้หัวคะแนนช่วยหาเสียงแม้จะมีประสิทธิภาพ แต่ก็ยังเป็นช่องทางของการใช้เงินซื้อเสียงเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการติดต่อผ่านตัวบุคคลซึ่งเปิดโอกาสให้มีการเรียกร้อยผลประโยชน์เป็นการตอบแทนได้ และจากการวิจัยของกระทรวงมหาดไทยในเรื่องการซื้อเสียง พบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่หัวคะแนนและรับเงินจากผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น ส่วนใหญ่ได้แก่ ผู้นำชุมชน ครู นั่นเอง ในส่วนรูปแบบการสื่อสารแบบรณรงค์นั้น เนื่องจากกฎหมายการเลือกตั้ง กำหนดลักษณะต้องห้ามในการหาเสียงเลือกตั้งไว้หลายประการ เช่น ห้ามสัญญาว่าจะให้ หรือเสนอให้เงิน ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม แก่ชุมชน ห้ามจัดให้มีมหรสพ การแสดง งานเลี้ยง ประชุม อบรม สัมมนา ทัศนศึกษา และอื่นๆ นับตั้งแต่วันประกาศให้มีการเลือกตั้งจนถึงวันสิ้นสุดวันเลือกตั้ง ทำให้การศึกษาเรื่องนี้ไม่พบรูปแบบการสื่อสารแบบรณรงค์ เนื่องจากการศึกษาข้อมูลในช่วงระยะเวลาของการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งขัดต่อกฎหมาย ไม่สามารถกระทำได้

### 3. ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

ผลการวิจัย พบกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองกับกลุ่มทีมงาน ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ตนเองนั้น เป็นกลยุทธ์ที่นักการเมืองรุ่นใหม่ใช้ในการแนะนำตนเองให้เป็นที่รู้จัก และสร้างความยอมรับนับถือจากประชาชนในชุมชน เนื่องจากนายกเทศบาลตำบล กลุ่มนี้ยังไม่มีผลงาน ไม่มีประสบการณ์ทางการเมือง แต่ได้รับการผลักดัน สนับสนุนให้เข้าสู่ตำแหน่งเพราะมีความรู้ เป็นคนรุ่นใหม่ มีใจรักในการทำงาน และชอบการเมือง การเข้าสู่วงการเมืองท้องถิ่นจึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้า สื่อจึงเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในหลากหลายรูปแบบดังผลการศึกษาที่พบว่า มีการตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ในวาระพิเศษและวาระทั่วไปโดยไม่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง มีการวางแผนเข้าร่วมหรือนำตนเองเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เป็นแกนนำจัดทำโครงการที่

สร้างผลประโยชน์ให้แก่ชุมชน ตลอดจนการสร้างความเป็นพรรคพวกกับข้าราชการในพื้นที่ ส่วนกลยุทธ์ในการประเมินผลหาเสียงนั้น ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่าเป็นกลยุทธ์ในกลุ่มนายกเทศบาลตำบลที่มีประสิทธิภาพทางการเมืองสูง โดยส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์การประเมินผลด้วยบุคคลอื่น โดยเฉพาะบุคคลจากภายนอกชุมชน เนื่องจากจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าการใช้ทีมงานของตนโดยตรง อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยของ โกวิท พวงงาม (2544 อ้างใน อรพรรณ ฤาชา, 2547) ซึ่งศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของสตรีใน เทศบาลตำบล พบว่า วิธีการประเมินผลหาเสียง มีหลายลักษณะ เช่น ให้นายกเทศบาลไปสอบถามความเห็นตามหมู่บ้านและครัวเรือน สังเกตพฤติกรรมชาวบ้านเวลาไปพูดคุยด้วย ทดลองประมวลคะแนนตามเครือข่ายต่างๆ ในหมู่บ้านที่สนับสนุน และจัดทำบันทึกความก้าวหน้าของคะแนนเสียง เป็นต้น

สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองกับกลุ่มทีมงานนั้น จะเห็นได้ว่า นายกเทศบาลตำบล ให้ความสำคัญกับทีมงานด้วยกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป บางกลยุทธ์ใช้ทีมงานเป็นเครื่องมือในการลดกระแสความขัดแย้ง ความไม่พอใจ ตลอดจนใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดความสนใจและการไม่ผูกมัดตัวเอง ในส่วนของการสร้างเงื่อนไขกับทีมงานนั้น จัดเป็นกลยุทธ์ที่สร้างทางเลือกให้แก่ประชาชนในชุมชน ในกรณีที่ต้องการหรือไม่ต้องการทีมงานรายบุคคล ซึ่งไม่กระทบกับคะแนนเสียงที่นายกเทศบาลตำบล ได้รับ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มคะแนนเสียงจากการที่ทีมงานช่วยเหลือเพิ่มขึ้น ตลอดจนเป็นการระดมทุนเพื่อนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งอย่างถูกกฎหมาย เนื่องจากเป็นลักษณะให้การสนับสนุนผู้ที่ตนเองชื่นชอบ

#### 4. ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง

ผลการวิจัย พบปัญหาและอุปสรรคด้านการสื่อสาร พบว่า นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการปล่อยข่าวลือ การโจมตี ใส่ร้ายป้ายสี และทำให้เกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของประชาชนในชุมชนที่มีต่อผู้สมัครส่งผลถึงคะแนนเสียงที่ได้รับ ซึ่งนับว่าเป็นปกติของการแข่งขันและการต่อสู้ทางการเมืองในทุกระดับ โดยนายกเทศบาลตำบล เกือบทั้งหมดใช้สื่อบุคคลในการแก้ไขปัญหา ด้วยการใช้ตนเองและทีมงานอธิบาย ชี้แจงข้อเท็จจริงแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคด้านอื่นๆ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของทีมงาน เช่น เรื่องความสามัคคีในทีม ความตั้งใจและความจริงใจในการช่วยเหลือกันหาเสียงเลือกตั้ง การยอมรับหรือไม่ยอมรับทีมงานของประชาชนในชุมชน ผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่าปัญหาต่างๆ เหล่านี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการสื่อสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับทักษะในการสื่อสารของผู้นำ คือ นายกเทศบาลตำบล จะมีความสามารถในการใช้การสื่อสารเพียงใด อย่างไรก็ตามพบว่า นายกเทศบาลตำบล ส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารด้วยวิธีการพูดคุยพยายามทำความเข้าใจกันเป็นหลัก เพื่อจัดการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จากผลการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์

การสื่อสารเพื่อให้ได้รับเลือกตั้งของนายกเทศบาลตำบล ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้วิเคราะห์วิธีการต่าง ๆ ที่นายก เทศบาลตำบล ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตนเองและทีมงาน นโยบายและผลงานต่างๆ ตลอดจนวิธีการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งนายกเทศบาลตำบล จะเลือกใช้กลยุทธ์ใดนั้นขึ้นอยู่กับทำให้ความสำคัญในเรื่องใดเป็นพิเศษ แต่จุดมุ่งหมายของนายก เทศบาลตำบล ทั้งหมดเหมือนกัน คือ การใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อทาการโน้มน้าวใจผู้มีสิทธิเลือกตั้งใน ชุมชนให้ลงคะแนนเสียงเพื่อเลือกตนเองเข้าสู่ตำแหน่งดังกล่าว

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบคุณลักษณะที่สำคัญ 7 ด้าน ซึ่งมีผลต่อการได้รับเลือกตั้งของ นายกเทศบาลตำบล นั้น คุณลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าว สามารถสร้างเสริม และพัฒนาขึ้นได้ จึงควรมี การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณลักษณะเหล่านั้นให้ปรากฏเด่นชัดขึ้น โดยจัดการ ฝึกอบรม สัมมนา เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ การสร้างภาวะผู้นำ และอื่นๆ เพื่อส่งเสริม บุคลิกภาพที่ดีและภาพลักษณ์ที่เหมาะสมของผู้นำชุมชน
2. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นายกเทศบาลตำบล เลือกใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ บางประเภทตามที่เห็นผู้อื่นใช้และรูปแบบการนำเสนอไม่แตกต่างกัน จึงควรมีการส่งเสริม สร้าง ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของ การเลือกใช้สื่อ คุณสมบัติ จุดเด่น จุดด้อย และเทคนิคการใช้สื่อ ประเภทต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่กลุ่มผู้นำชุมชน เพื่อส่งเสริมกระบวนการ สื่อสารทางการเมืองและการปฏิบัติงานในชุมชน
3. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การเข้าสู่การเมืองท้องถิ่น ต้องอาศัยทีมงานและการ สนับสนุนจากบุคคลอื่นเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงควรมีการสร้างจิตสำนึกในเรื่องบทบาทสาธารณะ หน้าที่และความรับผิดชอบในทางการเมือง ให้แก่บุคคลในชุมชน ญาติพี่น้องและครอบครัวของ ผู้เกี่ยวข้องกับการเมือง เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของตนเองและความเสียสละที่ต้องให้แก่ ส่วนรวม
4. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นายกเทศบาลตำบล ใช้การสื่อสารตลอดเวลา ทั้งในการ ประชาสัมพันธ์ตนเอง การสื่อสารกับประชาชนในชุมชน ทีมงาน ตลอดจนใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้อื่น อธิบายความ และแก้ไขความเข้าใจผิดต่างๆ จึงควรมีการอบรมส่งเสริมการให้ความรู้ ในเรื่องเทคนิคการสื่อสาร การโน้มน้าวใจ หลักและเทคนิคการพูดในที่ชุมชน ฯลฯ เพื่อเพิ่มเติม ความรู้และทักษะให้แก่กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น เพื่อนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยประสิทธิผลของการใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองจากกลุ่มประชาชนในชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการใช้กลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าวว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผู้ส่งสารหรือไม่ อย่างไร
2. ควรมีการวิจัยความคิดเห็นในกลุ่มทีมงานของ นายกเทศบาลตำบล เกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าว
3. ควรมีการมุ่งวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้งเฉพาะกลุ่มนายกเทศบาลตำบลเท่านั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มอื่นๆ หรือกลุ่มการเมืองท้องถิ่นที่มาจากการแต่งตั้ง เช่น ตำแหน่งประธานสภา รองนายกเทศบาลตำบล เลขานุการนายกเทศบาลตำบล เป็นต้น
4. ขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ วิจัยเฉพาะพื้นที่ ในจังหวัดนครราชสีมา จึงควรมีการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในพื้นที่ภาคอื่นๆ ที่มีความแตกต่างทางด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยระหว่างกัน
5. ควรมีการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของเนื้อหาสาร โดยการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้ง