

บทความวิจัย

การสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

สิงห์ สิงห์ขจร*, สุภาภรณ์ ศรีดี**, วิทญาร ท่อแก้ว***, กานต์ บุญศิริ****

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์

** ดร. (ผู้ช่วยศาสตราจารย์)

*** ดร. (รองศาสตราจารย์)

**** ดร.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเกี่ยวกับ 1) ลักษณะของผู้นำ 2) กระบวนการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร

การวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกแบบเจาะจงผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 10 คน เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสำรวจ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1,200 คน สุ่มแบบตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า 1) ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเป็นผู้ที่มีประวัติที่มีการช่วยเหลืองานสาธารณะมาอย่างต่อเนื่อง มีความน่าเชื่อถือ แต่งกายเหมาะสม มีความคิดเชิงการพัฒนา พูดจริงทำจริง พูดคุยสนุกสนาน มีความเป็นกันเอง มีทักษะการสื่อสารที่ดี สนใจรับฟังเรื่องราวปัญหาของประชาชน 2) กระบวนการสื่อสาร (1) วางแผนการสื่อสารทุกกิจกรรม โดยการประชุมกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อร่วมกำหนดแผนการสื่อสาร กำหนดทีมผู้ส่งสารต้องมีความน่าเชื่อถือ กำหนดสารที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและใช้ภาษาท้องถิ่น สั้น เข้าใจง่าย ใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และใช้ป้ายเป็นสื่อเสริม เน้นข่าวสารที่เข้าถึงประชาชน กำหนดผู้รับสารโดยการแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามพื้นที่ (2) การดำเนินการสื่อสาร มีการจัดโครงสร้างองค์กร จัดการทรัพยากรแบบกระจายให้แต่ละพื้นที่เท่าๆกัน ปฏิบัติการสื่อสารเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน การอำนวยความสะดวกและการประสานงานผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก ติดตามและควบคุมโดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและสมาชิกแกนนำเครือข่ายต่าง ๆ (3) การประเมินการรับรู้ โดยการสังเกตพฤติกรรมการตอบรับ การประเมินกิจกรรมดูจากจำนวนของประชาชนที่เข้าร่วม และประเมินความพึงพอใจหลังกิจกรรม 3) กลยุทธ์การสื่อสาร คือ สร้างเครือข่ายด้วยการลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทำให้รู้สึกใกล้ชิด สร้างความสัมพันธ์โดยเน้นการเป็นพี่เป็นน้องและเป็นคนบ้านเดียวกันต้องดูแลซึ่งกันและกัน สร้างกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชนและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลงานอย่างต่อเนื่อง 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น คือ (1) การพัฒนา

คุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสันกระบะเข้าใจง่าย สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสาร ผู้นำต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่น ๆ เสริม และมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร รวมทั้งนำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น

คำสำคัญ: กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร สร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

Research

Communication in Popularity Building of Political Local Leaders

Abstract

This research to study the Communication in Popularity Building of Political Local Leaders 1) characteristics of the leader 2) Communication process 3) communication strategy 4) approach to development communication.

This is a mixed methods research first's qualitative research based on 10 local leader who 's Chief Executive of the PAO, Mayor and Chief Executive of the SAO . The sample is selected through purposive sampling. Data is collected using an in-depth interview form and analyzed using descriptive analysis. Second's surveying research; population of the research is 1,200 people living in local leader area. The tool of the research is questionnaire; and data statistical analysis by using computer program, and report in frequency and percentage.

The research found that communication to popularize local political leaders 1) The characteristics of leaders must have a history of continuous public assistance. Be realistic, realistic Have fun talking. Have a friendly, easy to understand short, say the truth, speak often emphasized. Work for the collective Listen to people's stories. 2) Communication process. Must be a good planner. There are several network conferences involved in the plan. (1) Reliable carrier planning. The content that meets the needs of the people in the area and uses the local language is short, easy to understand. Most labels are used. Focus on reaching the public as much as possible. Recipients are grouped by area. (2) Organization is complex. Distributed resource management for each area equally. Communication activities focus on public communication. Directing and coordinating via mobile phones. Monitored and controlled by local political leaders and networks in the area; (3) assessment of perceptions by observing behaviors and evaluations through networks after the public meeting area. 3) Communication strategy is to create a network with continuous network coverage. Creating relationships by emphasizing the same brotherhood. Creating activities focused on continuing activities in the area. Creating awareness 4) The development of communication for the popularization of local political leaders. (1) The characteristics of the leader. speak seriously (2) The communication process is planned to meet the needs of the people, using the media in continuous communication. Distributed control operations in all areas. (3) communication strategy. Build and expand network relationships through ongoing activities to generate awareness of local political leaders.

Key words: Communication process, Communication strategy, Popularity building, Political local leaders



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสร้างความนิยมของผู้นำทางการ เมืองในระบอบประชาธิปไตยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารเป็นอย่างมาก การสื่อสารเปรียบได้กับไข่ออกกลางในการที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำทางการ เมืองกับประชาชน ยิ่งเป็นการเมืองระดับท้องถิ่นนั้นยิ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับเรื่อง รว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว การทำงานเพื่อส่วนรวม การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ซึ่งจะก่อให้เกิดความนิยมหรือเป็นการสร้างความนิยมของผู้นำทางการ เมืองผ่านการสื่อสารด้วยวิธีการต่างๆ ประเทศไทยเป็นประเทศที่ปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข หลักการสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย คือ ประชาชนทุกคนเป็นเจ้าของอำนาจในการปกครองบริหารประเทศ ประชาชนทั้งประเทศไม่สามารถเข้าไปปกครองบริหารประเทศได้ทั้งหมด จึงต้องมอบอำนาจอธิปไตยให้แก่ตัวแทนที่ตนเลือกเพื่อให้ไปทำหน้าที่แทน ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการเลือกตั้ง “ผู้แทน” เป็น 2 ระดับ คือ ผู้แทนระดับชาติ ได้แก่ การเลือกตั้งผู้แทนเพื่อไปทำหน้าที่ในรัฐสภา ประกอบด้วย สมาชิกสภาผู้ แทนราษฎร (ส.ส.) และสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) การปกครองส่วนท้องถิ่นจะเปิดโอกาสให้ประชาชนในเขตท้องถิ่นนั้น ๆ เลือกตั้งผู้แทนของตนเข้าไปทำหน้าที่เป็นผู้บริหารท้องถิ่น หรือเป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นเพื่อเลือกผู้บริหารท้องถิ่นอีกทีหนึ่ง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจอิสระ ในการบริหารจากรัฐได้ในระดับหนึ่งตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด ในปี พ.ศ. 2547 กฎหมายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้ใช้วิธีการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดย ตรงแล้วทั้งสี่ทำให้้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งหมดของไทยใช้ระบบการเลือกตั้งบริหารท้องถิ่นโดยตรงทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กรุงเทพมหานคร และ เมืองพัทยา ณ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2560 มี้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสิ้น 7,852 แห่ง แยกประเภทได้ดังนี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัด 76 แห่ง เทศบาล 2,441 แห่งแบ่งเป็น เทศบาลนคร 30 แห่ง เทศบาลเมือง 178 แห่ง เทศบาลตำบล 2,233 แห่ง และ้องค์การบริหารส่วนตำบล 5,333 แห่ง

ลักษณะของผู้นำทางการเมือง จากเอกสารประกอบการสัมมนาในโครงการ “การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อร่างรัฐธรรมนูญ” โดยกรมการปกครองร่างรัฐธรรมนูญและนักวิชาการของสถาบันพระปกเกล้า ได้ระบุถึงผู้นำการเมืองว่าคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกประเภทและทุกระดับ ผู้ดำรงตำแหน่งการเมืองทั้งระดับชาติและท้องถิ่นทุกตำแหน่ง โดยผู้นำการเมืองดังกล่าว ต้องเป็นพลเมืองที่ดี เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีจริยธรรมและ ธรรมภิบาล จงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และรับใช้ประชาชนอย่างเต็มความสามารถ ต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง โดยแยกเรื่องส่วนตัวออกจากตำแหน่งหน้าที่ ยึดประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มการเมืองที่ตนสังกัด ต้องรับฟังความเห็นและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยนำความเห็นของประชาชนมาประกอบการตัดสินใจในขณะเดียวกัน ต้องแสดงความคิดเห็น หรือให้ข้อมูลแก่ประชาชนอย่างครบถ้วนถูกต้อง และไม่บิดเบือนความจริง ต้องแสดงความรับผิดชอบเมื่อตนหรือผู้อยู่ในความรับผิดชอบของตนทำผิด ต้องไม่ปฏิบัติตัวละเมิดหลักทางศีลธรรมศาสนา และประเพณี ไม่ใช้วาจาไม่สุภาพหรือทำสิ่งที่จะก่อให้เกิดความเกลียดชังกันระหว่างคนในชาติหรือศาสนาและต้องไม่ยอมให้บุคคลหรือคณะบุคคลครอบงำหรือชี้นำโดยผิดกฎหมายหรือ

ผิดประมวลงจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่รวมถึงการเลี้ยงหรือขึ้นนำให้ผู้อื่นไม่ปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญ และไมแสดงความเห็นดังกล่าวต่อสาธารณะ

ส่วน เดโบราห์ เจ บาร์เรต (Deborah J. Barrett) (2014) ได้กล่าวถึงการสื่อสารของผู้นำ ในหนังสือ Leadership Communication ว่า การสื่อสารของผู้นำคือการสื่อสารที่มีการควบคุมวัตถุประสงค์ของ ความหมายที่มีอิทธิพลต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล องค์กร สังคม โดยใช้การสื่อสารอย่างเต็มรูปแบบที่มีการให้ ข้อมูลสนับสนุนในเชิงบวกอย่างสร้างสรรค์ส่งไปยังผู้รับสาร เพื่อสร้างแรงกระตุ้นโดยตรงในการสื่อสาร กลยุทธ์ ในการสื่อสารของผู้นำจะต้องมีการกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจน การกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์ผู้รับสาร และ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ประบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมือง การสื่อสาร (Communication) เป็น เครื่องมือหรือกลไกสำคัญในทางการเมืองไทย มาตั้งแต่อดีต โดยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดและขยาย แนวความคิด ตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากผู้ปกครองไปยังประชาชนในปกครอง เพื่อจูงใจให้ ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบความศรัทธาเชื่อมั่น พฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการสื่อสารที่มีพัฒนาการมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้นักการเมืองและพรรคการเมืองต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสนใจการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เพื่อประสิทธิผลที่มากขึ้นในการสื่อสาร

การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองมีความสำคัญต่อการปรับกระบวนการทำงาน เพื่อให้บรรลุ ประสิทธิภาพของประเทศชาติแล้ว ผู้นำทางการเมืองยังต้องให้ความสนใจต่อประชาชนในประเทศด้วย การ สื่อสารของผู้นำทางการเมืองจะต้องมุ่งเน้นเรื่องการสื่อสารให้ชัดเจน และต้องอาศัยศักยภาพของตนเองและ ของทีมงานร่วมกัน การมีเป้าหมายที่ชัดเจนตั้งแต่แรกก็จะสามารถประเมิณผลสำเร็จได้ นั่นหมายถึง การมี ความรับผิดชอบที่ตรวจสอบ เมื่อผู้นำทางการเมืองมีการสื่อสารนั้น การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองจะต้อง สื่อสารต่อประชาชนด้วยตนเองโดยตรง หรือการสื่อสารที่ต้องมีระบบของการสื่อสารโดยอ้อม ซึ่งผู้วิจัยจึงสนใจ ที่จะศึกษา การสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
4. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ได้มีแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ในประเด็นลักษณะของผู้นำทางการเมืองในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย
2. ด้านวิชาการ อาจารย์ นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และการสื่อสารทางการเมือง ได้นำผลการวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินพันธกิจด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการแก่สังคม หรือการต่อยอดในการวิจัยในประเด็นอื่นๆ ต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งมีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และการวิจัยเชิงสำรวจปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) โดยวิธีการเจาะจง จำนวน 10 คน คือ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ที่ได้รับรางวัลและใบประกาศเกียรติคุณ ดังต่อไปนี้ คณะกรรมการการกระจายอำนาจให้ แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เครื่องมือในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้นำทางการเมือง ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมือง ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์ข้อมูล แสดงข้อมูลในรูปของการบรรยาย การสร้างข้อสรุป การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive)

การวิจัยเชิงสำรวจปริมาณ โดยใช้ข้อมูลได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพระยะแรก เพื่อสร้างเครื่องมือวัดตัวแปร เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบ สอบถามที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ประชาชนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2 แห่ง เทศบาล 4 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 4 แห่ง จำนวนประชากร 2,276,546 คน วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน กลุ่มตัว อย่างแต่ละ 120 ตัวอย่างจะได้กลุ่มตัวอย่างรวม 1,200 ตัวอย่าง อ้างอิงตาราง Taro Yamane (1973) ประชากรเกิน 100,000 คนต้องการความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 3% ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,111 กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบ สอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ลักษณะของผู้นำทางการเมือง ส่วนที่ 3 กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมือง ส่วนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังกล่าวให้ครบจำนวน 1,200 ตัวอย่าง การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในการ

ประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล แจกแจงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ลักษณะของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมคือ ภูมิหลังเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง ให้มีความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง เมื่อพูดไปแล้วต้องทำให้ได้ การทำเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน ทักษะการสื่อสารมีการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่โดยเน้นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง การใช้ภาษาท้องถิ่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การทำความเข้าใจกับการส่วนตัวในการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ การพูดคุยแบบสั้นๆ เข้าใจง่ายๆ การพูดคุยแบบมีความสนุกสนาน การพูดความจริงเรื่องจริง การพูดเน้นย้ำบ่อยๆในประเด็นที่ต้องการจะบอก การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน เน้นการพูดตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การแต่งกายลักษณะเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การแต่งกายให้เหมาะสมกับกิจกรรมต่างๆ ทำให้ทุกคนมาเป็นพรรคพวกเดียวกัน การดูแลประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและมีความเท่าเทียมกัน การรับฟังเรื่องราวของประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการด้านใด มีความเดือดร้อนด้านใด ผ่านช่องทางต่างๆ และนำเอาข้อมูลความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่มาแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยให้มีความเท่าเทียมกันในพื้นที่ การเป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิดทำให้มีจุดร่วมกับประชาชนในพื้นที่

จากการวิจัยเชิงปริมาณลักษณะของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมอันดับที่หนึ่งคือการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นความถี่ 449 ร้อยละ 47.5 ลักษณะของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นด้านทักษะการสื่อสารของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพูดจริงทำจริง คิดเป็นความถี่ 323 ร้อยละ 26.9 ด้านความเป็นผู้นำทางการเมืองของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน คิดเป็นความถี่ 319 ร้อยละ 26.6

กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้บริหารเมืองท้องถิ่น ผู้บริหารเมืองท้องถิ่นมีการวางแผนการสื่อสารโดยมีทีมงานมา ร่วมกันวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัด แบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ กระจายตามพื้นที่ หมู่ บ้าน ตำบล อำเภอ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลงพื้นที่ของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นและทีมงาน เมื่อได้ข้อมูลปัญหา ความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่แล้วนำมาปรับเป็นแผนในการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มเป้าหมาย การดูแลประชาชนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารแบ่งออกตามช่วงอายุของทีมงานที่มีอยู่ว่าอยู่ในช่วงอายุไหนก็ดูแลกลุ่มเป้าหมายใน ช่วงอายุนั้น เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบายเน้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การกำหนด การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสาธารณูปโภค การศึกษา คุณภาพชีวิต เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบาย สั้นๆ

ชัดเจน เข้าใจง่าย บางพื้นที่มีการใช้ภาษาท้องถิ่นและการแสดงถึงความเป็นคนในพื้นที่ เน้นการลงพื้นที่ ด้วยตนเองเป็นหลัก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้ายประชาสัมพันธ์ รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ การปราศรัย การกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมดูความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ สื่อหลักที่สำคัญคือสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ กำหนดงบประมาณในการสื่อสารด้วยตนเองโดยพิจารณาจากการกำหนดตามกฎหมายการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เป็นสำคัญ การรับฟังเรื่องราวของประชาชนว่ามีความต้องการ การ มีความเดือดร้อน โดยการลงพื้นที่ด้วยตนเองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น รับดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนหลังจากนั้นก็ให้ทีมงานลงพื้นที่ไปสอบถามว่าการแก้ไขนั้นเป็นอย่างไรเป็นการประเมินผลแบบง่าย ๆ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการดำเนินการสื่อสาร มีการจัดตั้งศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ใช้บ้านตนเองเป็นที่ตั้ง มีการจัดการดูแลพื้นที่โดยแบ่งออกเป็นตามอำเภอ ตำบล หมู่บ้านมีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ มีการใช้การโทรศัพท์หาโดยตรงจากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและการประชุมกันเป็นหลัก การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ การอำนวยความสะดวกด้วยตนเองและมีคนในครอบครัวช่วยเหลือ ในส่วนของการประสานงานจะใช้การพูดคุยผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก มีการกำกับและควบคุมด้วยตนเองและมีทีมงานในการควบคุมในแต่ละพื้นที่ที่ทีมงานดูแล การประเมินผลการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ใช้การประเมินผลด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างการพูดคุยด้วยกัน การดำเนินการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้แล้วนั้นจะมีทีมงานคอยไปสอบถามประชาชนในพื้นที่ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอจะรู้ได้ว่าประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกอย่างไร มีการใช้การประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรมต่างๆโดยจะมีเจ้าหน้าที่ของทางสำนักงานจะเป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินผล

จากการวิจัยเชิงปริมาณ กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการให้ผู้นำทางการเมืองหรือบุคคลเขาไปเพื่อสื่อสารกับประชาชนโดยตรง 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

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น คือผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การสร้างเครือข่ายต้องใช้เวลาให้เกิดความสนิทสนม ความเชื่อมั่น ต้องเอาศัตรูเป็นมิตร ไม่ใช่เอามิตรเป็นศัตรู เน้นการลงพื้นที่บ่อยๆ ให้ประชาชนในพื้นที่ทุกคนเป็นเครือข่าย เครือข่ายมีหลายระดับอาจจะเป็นเครือข่ายญาติพี่น้อง เครือข่ายเพื่อนฝูง เครือข่ายกำนันผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายแกนนำ เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายอุดมการณ์ทางการเมืองที่ตรงกัน การสร้างความสัมพันธ์ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด แสดงความจริงใจ ไปร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การมานั่งคุยกันทั้งการประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ถ้าไปเจอคนที่ไม่ชอบก็ต้องยังเข้าไปเพื่อเค้าจะเปลี่ยนใจ การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เพราะการสื่อให้ประชาชนรู้

เท่าไรจะถูกประชาชนกดดันและต่อต้านมากเท่านั้น การสร้างกิจกรรมผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นกิจกรรมมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ศาสนาเช่นงานแต่งงาน งานบวช งานศพ เป็นต้นและกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการดำเนินกิจกรรมการกำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เช่นการประชุมแผนระดับจังหวัด การเปิดเวทีประชาคม การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น การสร้างการรับรู้ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน การประชุมสมาคม การแถลงผลงาน การสรุปผลการทำงาน การพูดคุยถึงผลงานที่การใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ วารสาร เสียงตามสาย รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ ฝากผู้ใหญ่บ้านประชาสัมพันธ์ ฝากส่งประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ ส่งจดหมายข่าวให้กับทุกหน่วยงาน เสียงตามสายของผู้ใหญ่บ้านก็จะฝากประชาสัมพันธ์ เน้นให้ถึงประชาชน หัวใจใหญ่คือการประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยเชิงปริมาณ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นจากการวิจัยเชิงปริมาณ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ด้านการสร้างเครือข่ายของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน คิดเป็นความถี่ 718 ร้อยละ 59.9 ด้านการสร้างความสัมพันธ์ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นความถี่ 415 ร้อยละ 34.6 ด้านการสร้างกิจกรรมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ กิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน คิดเป็นความถี่ 371 ร้อยละ 30.9 ด้านการสร้างการรับรู้ของผู้ นำทางการเมืองท้องถิ่นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน คิดเป็นความถี่ 578 ร้อยละ 48.2

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ต้องเรียนรู้การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่นด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสันกระชับเข้าใจง่าย การพูดให้สนุกสนานและมีสาระ สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น และการพัฒนาการจัดการการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่น ๆ เสริม และมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร นำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น

อภิปรายผล

ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมที่ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง เมื่อพูดไปแล้วต้องทำให้ได้ การทำเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน สอดคล้องกับ Hugh Bochel and Catherine Bochel (2010) ได้ศึกษาเรื่อง Local political leadership and the modernisation of local government พบว่า ความเป็นผู้นำทางการเมืองเป็นองค์ประกอบสำคัญของความเป็นรัฐบาลท้องถิ่น โดยเน้นการเป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็งและมี

วิสัยทัศน์ บทบาทของผู้นำและความเป็นผู้นำในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงภายในหน่วยงานท้องถิ่น และ สอดคล้องกับบรรณิชา ทศดา อนุชา พิมายนอก สุภัญญา ใจอดทน และจันทร์จิรา ใจอดทน (2558) ศึกษา เรื่อง การศึกษาความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ใน จังหวัดนครราชสีมา ผู้ที่สิทธิ์เลือกตั้งในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ประชาชนต้องการผู้บริหารที่บริหารและ การพัฒนาในด้านต่างๆ ให้เจริญก้าวหน้า ทันเหตุการณ์บ้านเมือง เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมใน การ แสดงความคิดเห็น และสามารถช่วยเหลือประชาชนที่มีความเดือดร้อนได้มากที่สุดอย่างเต็มกำลัง

กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการ วางแผนการสื่อสารโดยมีทีมงานมา ร่วมกันวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัด แบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ กระจายตามพื้นที่ หมู่ บ้าน ตำบล อำเภอ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลง พื้นที่ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน เมื่อได้ข้อมูลปัญหา ความต้องการ ความเดือด ร้อนของ ประชาชนในพื้นที่แล้วนำมาปรับเป็นแผนในการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ที่สอดคล้อง กับการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญสอดคล้องกับ เดโบร่า เจ บาร์เรต (Deborah J. Barrett) (2014) ได้กล่าวถึงการสื่อสารของผู้นำ ในหนังสือ Leadership Communication ว่า การสื่อสารของผู้นำคือการสื่อสารอย่างเต็มรูปแบบที่มีการให้ข้อมูลสนับสนุนในเชิงบวกอย่างสร้างสรรค์ส่งไป ยังผู้รับสาร เพื่อสร้างแรงกระตุ้นโดยตรงในการสื่อสาร กลยุทธ์ในการสื่อสารของผู้นำจะต้องมีการกำหนด จุดประสงค์ที่ชัดเจน การกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์ผู้รับสาร และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และ สอดคล้องกับ Jack M. Mcleod และคณะ (1999) ได้ศึกษาเรื่อง Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation จากการศึกษาพบว่า บทบาทของชุมชน การสื่อสาร และการมีส่วนร่วม โดย การสนทนา ระหว่างบุคคลในการมีส่วนร่วมทางการเมืองท้องถิ่น ผลกระทบโดยตรงของการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อการ มีส่วนร่วมในชุมชนเป็นการสื่อสารกับชุมชนขนาดใหญ่มีมาก กว่าทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในของคนในชุมชน

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายผู้นำทาง การเมืองท้องถิ่น การสร้างความสัมพันธ์ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเอง การพบปะพูดคุย อย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวสำคัญที่สุด แสดงความจริงใจ ไปร่วมกิจกรรมของประชาชนใน พื้นที่อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับเสถียร เขยประทับ (2554) การสร้างความนิยมของนักการเมืองนั้นก็คือ ภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลจะเป็นหนทางที่จะนำไปสู่ ความมีชื่อเสียง และความมี ชื่อเสียงนั้นสามารถจะสร้างขึ้นได้และถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน การ ประสบความสำเร็จของนักการเมืองในยุคปัจจุบัน นักการเมืองต้องสนใจและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของ ตนอย่างมาก กลยุทธ์ในการสื่อสารการเมืองในการดำเนินการสื่อสารนั้น การออกแบบการสื่อสาร 2 ชนิดที่ แยกกันให้เข้ากับเป้าหมายที่สำคัญ 2 ประเภทโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความผูกพัน (Affinity) กับผู้นำทางการเมือง 1. การสื่อสารเพื่อบำรุงรักษา (Maintenance Communication) โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ที่เอนเอียงมาฝ่าย ตนเอง ผู้สนับสนุนฝ่ายตนเอง และผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจ และสอดคล้องกับ Steve Leach and David Wilson (2002) ได้ศึกษาเรื่อง Rethinking local political leadership พบ ว่าลักษณะบทบาทความเป็นผู้นำที่ เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในบริบททางการเมืองของรัฐบาลท้องถิ่น งานหลักของการเป็นผู้นำไม่ได้ เปลี่ยนแปลงไป แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไป คือความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำทางการเมืองในท้องถิ่นกับเจ้าหน้าที่

ท้องถิ่น การสร้างความสมดุลในหน่วยงานท้องถิ่น รูปแบบใหม่ของการเป็นผู้นำทางการเมืองในท้องถิ่นคือวิธีที่ตอบสนองวัฒนธรรมทางการเมืองในท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ต้องเรียนรู้การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่นด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสันกระบะเข้าใจง่าย การพูดให้สนุกสนานและมีสาระ สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น และการพัฒนาการจัดการการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่น ๆ เสริม และมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร นำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น สอดคล้องกับ ชุตินันท์ แดงสกล (2556) ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า การสร้างจุดยืนและอุดมการณ์แน่วแน่ของตนเอง การสื่อสารให้ผู้อื่นได้ครบถ้วน การเรียนรู้ตนเอง โดยการฝึกฝนความอดทน อดกลั้น และพัฒนามนุษยสัมพันธ์ เข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาและ ตัดสินใจการพัฒนาความคิดให้เป็นระบบ ระเบียบ จนสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ ในทันที และยังสอดคล้องกับพิชญ์นิษฐา พรหมศิลป์ , สัญญา เคนาภูมิ และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2558) บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 พบว่ากลยุทธ์ของผู้ บริหารท้องถิ่น กระจายอำนาจเป็น รู้จักทำงานในเชิงรุก โปร่งใสและตรวจสอบได้ผู้นำที่มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายและเรียนรู้ สิ่งต่างๆ ผู้นำที่มีความเชื่อมั่นและเชื่อ ถือความเป็นผู้นำของตนเองจะมีแรงบันดาลใจในการทำงาน ระวังเรื่องของความเชื่อมั่นสูงเกินไป ป้องกันได้ด้วยการเปิดรับความคิดเห็นของผู้อื่น ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ร่วมคิด ร่วมทำ เริ่มจากบางเรื่อง หลายๆ เรื่อง จนกระทั่งเป็นวัฒนธรรมขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. กรมส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย ควรมีนโยบายในการกำหนดคุณสมบัติของนักการเมืองท้องถิ่นที่เหมาะสมกับตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล
2. นักการเมืองท้องถิ่น ควรมีนโยบายการกำหนดลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กระบวนการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
3. ควรทำการศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เช่น การสร้างความนิยมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร มหานคร

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. กระทรวง มหาดไทย. "สรุปข้อมูล อบท ทัวประเทศ." [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.dla.go.th/work/abt/index.jsp> 2561. สืบค้น 21 มกราคม 2561.
- จรัส สุวรรณมาลา .(2550). **วัฒนธรรมการเมืองท้องถิ่นในประเทศไทย** . วารสารสถาบันพระปกเกล้า ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 หน้า 83-106
- จุมพล หนิมพานิช (2551) **ผู้นำ อำนาจ และการเมืองในองค์การ** . สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.นนทบุรี
- ชุตินันท์ แดงสกล (2556) **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร**. ปัญหาพิเศษ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นันทนา นันทวโรภาส (2554) **ชนะเลิศด้วยพลังการตลาด**. สำนักพิมพ์แมสมิเดีย.กรุงเทพฯ
- พิชญ์นิฐา พรรณศิลป์ , สัญญา เคนาภูมิ และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2558) **บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21**. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 หน้า 146 - 160
- รัชดา ธนุศิลป์ (2552) **กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อ ให้ได้รับการเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสุรินทร์** .วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- มนัสชนก สุรัชกุลวัฒนา .(2557). **รูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้ นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม**. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม
- ลิขิต อีระเวคิน (2550) **วิวัฒนาการเมืองการปกครองไทย**. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ
- สนธิ บุญยรัตกลิน .(2552). **การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมของผู้ร่นำทางการเมืองในสถานการณ์ปัจจุบัน** **ศึกษาเฉพาะกรณีความเห็นของชาวกรุงเทพมหานคร**. รายงานวิชาการส่วนบุคคล. หลักสูตรการพัฒนาการเมืองและการเลือกตั้งระดับสูงรุ่นที่ 1
- สมบัติ บุญเลี้ยง อารีย์ นัยพินิจ และงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2555) **ลักษณะภาวะผู้นำที่ดีในการบริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น**. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ฉบับที่ 29 เล่มที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2555
- สมบัติ สิ้นลือนาม (2555) **คุณสมบัติที่พึงประสงค์ของผู้บริหารท้องถิ่นตามหลักทศพิธราชธรรมและหลักการบริหารยุคโลกาภิวัตน์ในทัศนะของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง กรณีศึกษาเฉพาะในเขตเทศบาลตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**. วารสารวิทยบริการ. ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2555
- เสถียร เขยประทับ (2554). **การสื่อสารและการตลาดการเมือง**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี .(2552). **รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น**. วารสาร วิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อรณิชา ทศตา อนุชา พิมายนอก สุกัญญา ใจอดทน และจันทร์จิรา ใจอดทน (2558) การศึกษาความ
คาดหวังของประชาชนที่มีต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดนคร
ราชสีมา. เอกสารการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อ
ก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน” ครั้งที่ 2 18-19 มิถุนายน 2558 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา อำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา หน้า 539 - 545

Deborah J. Barrett .(2014).**Leadership communication**. Singapore: McGraw-Hill Education.

Hugh Bochel and Catherine Bochel (2010) Local political leadership and the modernisation
of local government, *Local government studies journal*, volume 36, pages 723-737

Ivan B. Dylko (2013) On the role of technology in political communication research. *Journal
of Javnost-the public* volume 20, pages 55-70

Jack M. Mcleod, Dietram A. Scheufele and Patricia Moy (1999) **Community, communication,
and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local
political participation**. *journal political communication*. volume 16, pages 315-336

Michael Cuthill (2002) **Exploratory research: citizen participation, local government and
sustainable development in Australia**. *Business strategy and development journal*,
volume10 ,pages 79-89

Mike Goldsmith and Helge Larsen (2004). **Local political leadership: Nordic style**,
International journal of urban and regional research, volume 28, pages 121-133

Newman I. Bruce. (1999). **Hand Book of Political Marketing**. California : Sage Publications
Inc.

Purnendra Jain (2004) Local political leadership in Japan: A harbinger of systemic change in
Japanese politics?, *Policy and society journal*, volume 23, pages 58-87

Steve Leach and David Wilson (2002). **Rethinking local political leadership**, *Public
administration journal*, volume 80, pages 665-689

Scott W. Campbell and Nojin Kwak (2011). **Political involvement in mobilized society : the
interactive relationships among mobile communication, network characteristics,
and political participation**. *journal of communication* 61 2011,1005-1024

Vivien Lowndes and Steve Leach (2004). **Understanding local political leadership:
constitutions, contexts and capabilities**, *Local government studies journal*, volume
30, pages 557-575

Yu Minggui,Hui Yafu and Pan Hongbo (2010). **Political connections,rent seeking,and the
fiscal subsidy efficiency of local governments**. *economic research journal*. volu