การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้*

Communication for Leader Characteristics in Chief Executive of the Local Administrative Local Organization for Building Political Popularity in Southern Area

[1]เอกกร มีสุข, วิทยาธร ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ และ สมาน งามสนิท
[1]Akkorn Meesuk, Wittayatorn Torkaew, Kan Boonsiri and Sman Ngmsanit
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand.
[1]Corresponding Author's E-mail: Jaroen81@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ เกี่ยวกับ 1) คุณลักษณะของผู้บริหาร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร โดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ 1) ผู้บริหารองค์กร จำนาน 6 คน 2) เจ้าหน้าที่หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 คน 3) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการงานสื่อสาร จำนวน 6 คน 4) ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร จำนวน 12 คน และ 5) นักวิชาการด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 33 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบมีเกณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้บริหาร มีการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรี ผลงานที่ประจักษ์แก่สายตาและเป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางในการบริหารองค์กร การทำประโยชน์และเสียสละเป็นที่พึ่งของประชาชน มีสมรรถนะการฟัง การพูด การเขียน และการนำเสนออย่างเชี่ยวชาญ และมีภาพลักษณ์ที่ดีน่าจดจำ บุคลิกท่าทางที่เหมาะสม เข้าถึงได้ง่าย และเป็นแบบอย่างที่ดี มีหลักการทำงานอย่างมีเป้าหมาย มีความเป็นพี่น้องในการทำงานและยึดหลักความถูกต้อง 2) การจัดการการสื่อสาร มีการเสริมสร้างคุณสมบัติให้มีความเฉพาะตัวในการปฏิบัติหน้าที่ด้านความรู้ความสามารถในการบริหารองค์กร มีแผนงานกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่นระยะยาว การจัดการภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ด้วยการแต่งกายที่เหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ การแสดงถึงความจริงใจ การรับฟังผู้อื่นอย่างเข้าใจ การจัดการด้านการบริหารที่มีการวางแผน การดำเนินงาน การควบคุมและการทำงานให้เกิดผลลัพธ์ตามความคาดหวังของประชาชน การจัดการด้านทักษะการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารองค์กรและการประสานงานต่าง ๆ 3) กลยุทธ์การสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่เพื่อประสานประโยชน์และการแก้ปัญหา การบริหารจัดการองค์กรและเครือข่ายด้วยกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรมตามบริบทของพื้นที่ การส่งเสริมกิจกรรมให้เกิดการมีส่วนร่วมโดยยึดหลักความต้องการของประชาชนเป็นหลัก การสร้างการรับรู้ด้วยกระบวนการสื่อสารองค์กรและผู้บริหารทุกช่องทางสื่อสารให้เข้าถึงประชาชน และการประเมินผลการสื่อสารด้านการสร้างเครือข่าย การสร้างความสัมพันธ์ การสร้างกิจกรรม การสร้างการรับรู้และนำผลมาแก้ไขปรับปรุง และ 4) แนวทางการพัฒนาการ

*Received November 1, 2023; Revised December 14, 2023; Accepted December 19, 2023

สื่อสาร คือ (1) การพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหาร (2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสาร และ (3) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหาร

คำสำคัญ: การจัดการสื่อสาร; กลยุทธ์การสื่อสาร; สร้างความนิยม; ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

The objective of this research is to study the communication characteristics of local government organization executives to create political popularity in the southern region regarding: 1) characteristics of the executives, 2) communication management, 3) communication strategies, and 4) communication development approaches. The research was conducted qualitatively using in-depth interviews with a semi-structured interview format. The main informants included: 1) organizational executives (6 individuals), 2) public relations team leaders (6 individuals), 3) communication operations officers (6 individuals), 4) community leaders as information recipients (12 individuals), and 5) communication experts (3 individuals), totaling 33 individuals. A purposive sampling technique was used.

The research findings are as follows: 1. Characteristics of the executives include a minimum education level of a bachelor's degree, credible and trustworthy accomplishments suitable for organizational management. They demonstrate self-sacrifice and are relied upon by the public. They possess competencies in listening, speaking, writing, and presenting professionally, as well as a memorable and approachable image. They demonstrate appropriate behavior, are accessible, serve as good role models, work with clear goals, and adhere to correctness principles. 2. Communication management involves enhancing distinctive qualities in carrying out responsibilities related to organizational management. This includes long-term local development planning, managing a desirable image through appropriate attire for the tasks, displaying sincerity, understanding others, and effectively managing tasks through planning, organizing, controlling, and working to achieve the expected outcomes. It also involves managing communication skills and utilizing technology for organizational management tasks and various coordination. 3. Communication strategies emphasize on the importance of on-site presence to coordinate benefits and problem-solving. Managing the organization and network through customary activities and local culture context. Encouraging participation by focusing on the people's needs as a basis. Creating awareness through the organizational communication process and ensuring that executives and the organization are accessible to the public. Additionally, evaluating communication outcomes for networking, relationship building, perception creation, and using results for adjustments and improvements. 4. Communication development approaches encompass (1) developing executive characteristics, (2) developing communication management, and (3) developing communication strategies for executives.

Keywords: Communication Management; Communication Strategies; Creating Popularity; Local Government Organizational Leaders

บทนำ

การสื่อสารทางการเมืองมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประชาชนและกลุ่มสังคมเพื่อการสร้างการยอมรับและบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ ตามความมุ่งหวัง โดยการสื่อสารทางการเมืองได้มีการพัฒนาต่อเนื่องควบคู่กับเทคโนโลยีที่มีการซับซ้อนมากยิ่งขึ้นซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับสารทางการเมือง (Israsai, 2018) การใช้สื่อในรูปแบบและวิธีการต่าง ๆ นั้นเพื่อมุ่งหวังให้เรื่องราวข่าวสารได้ถูกรับรู้ โดยมีความสัมพันธ์ระหว่าง องค์กรทางการเมือง ประชาชน และสื่อที่มีความมุ่งหมายกระทำทางการเมือง (Sutthiyothin, 2017) การปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทยตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนดในปี พ.ศ. 2547 กฎหมายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยการกำหนดวิธีการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรง ซึ่ง ณ วันที่ 9 กันยายน พ.ศ.2563 จำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีทั้งสิ้น 7,850 แห่ง (Department of Local Administration Promotion, 2015) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถือเป็นส่วนหนึ่งของรัฐภายใต้หลักการกระจายหรือถ่ายโอนอำนาจส่งผลทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะเป็นองค์กรที่มีความเป็นนิติบุคคลที่มีอำนาจหน้าที่และภารกิจในการปฏิบัติงานตามที่รัฐบาลส่วนกลางได้ถ่ายโอนมาให้ ซึ่งมีงบประมาณและรายได้ที่เป็นของตนเอง (Chaiyabut, 1996)

ความนิยมทางการเมืองของไทย Singkhachon (2017) ให้ความเห็นเรื่องความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นไว้ว่า ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเรียนรู้และการพัฒนาคุณลักษณะความเป็นผู้นำ การสร้างความสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ การรับรู้ผลงานและการแก้ปัญหาต่าง ๆ ในท้องถิ่น และจะต้องพัฒนาการจัดการการสื่อสาร เรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนด้วยสื่อหลักและสื่อเสริมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องแล้วนำการประเมินผลมาปรับปรุงให้ดีขึ้น และในส่วนของ Thammayaratt (2018) เห็นว่าความนิยมทางการเมืองไว้ว่าเป็นเรื่องของความชื่นชอบหรือ “รสนิยมทางการเมือง” ของบุคคลที่แสดงถึงความจงรักภักดี ความนิยม และความเชื่อมั่นศรัทธาที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจในรูปแบบต่าง ๆ ที่ตนมีความนิยมชมชอบ

บริบทในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ ประกอบด้วย 14 จังหวัด ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน 2563 มีจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคใต้ทั้งสิ้น 1,038 แห่ง (Department of Local Administration Promotion, 2015) Saeng-Uthai (2012) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับบริบทวัฒนธรรมทางการเมืองของคนใต้ว่ามีความเฉพาะและแตกต่างออกไปจากภาคอื่น ๆ ในทุกยุคทุกสมัย และเป็นที่การยอมรับว่าคนใต้มีความตื่นตัวและมีทัศนคติทางการเมืองที่ทันสมัย Unno (2017) ได้มีทัศนะเกี่ยวกับคนใต้ว่าเป็นคนมีใจนักเลง รักอิสระไม่หวังพึ่งรัฐในด้านอาชีพและด้านเศรษฐกิจมักอาศัยการพึ่งตนเองเป็นหลัก และชีวิตทางสังคมวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นระบบเครือญาติและเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นฐานเสียงทางการเมืองอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งจากการเลือกตั้งองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 พบว่า ภาคใต้มีผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดพัทลุง คิดเป็นร้อยละ 84.97 % และติด 10 ลำดับแรกของประเทศ 6 จังหวัด จำนวนผู้มีสิทธิสูงสุดของทั้งประเทศ (Naewna, 2017)

ผู้วิจัยมีความสนใจเรื่อง “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” การที่ผู้บริหารองค์กรที่ได้รับความนิยมและได้รับคะแนนนิยมส่งผลให้ได้ชัยชนะในการเลือกตั้งต่อเนื่องนั้น กล่าวได้ว่าเป็นผลแรงสนับสนุนที่เกิดจากผู้บริหารองค์กรที่มีความนิยมทางการเมืองที่มีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำและภาวะผู้นำขององค์กรในการบริหารงานและปฏิบัติ

หน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลในการผลักดันนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น การสร้างผลงานตอบสนองความต้องการ การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของประชาชนในพื้น และการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่ความเป็นเลิศที่มีเกี่ยวข้องความสัมพันธ์กับโดยตรงกับบุคลากร เครือข่ายต่าง ๆ และประชาชนในพื้นที่ โดยจากมีผลปรากฏเด่นชัดจากผู้บริหารองค์กรอยู่ด้วย 3 ประการ คือ คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และกลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กร ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาจากผู้บริหารสูงสุดขององค์กรได้นำการขับเคลื่อนองค์กรจนประสบผลสำเร็จและได้รับรางวัลต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐเป็นที่ยอมรับและประจักษ์ต่อประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ 1) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง 2) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล 3) นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) นายกเทศมนตรีบ้านส้อง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5) นายกเทศมนตรีตำบลโคกหล่อ จังหวัดตรัง และ 6) นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม จังหวัดสงขลา มีประเด็นศึกษาประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร และกลยุทธ์การสื่อสารของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ซึ่งมีความสัมพันธ์จำเพาะโดยตรงกับประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองจะเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดเพื่อสร้างความนิยมกับประชาชนในพื้นที่ภาคใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่ออกแบบวิธีการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบมีเกณฑ์ (criterion sampling) อ้างอิง Creswell (2012) คือ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงพิจารณาถึงคุณสมบัติที่สามารถแสวงหาคำตอบในงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ที่มีความต่อเนื่องติดต่อกันมาเกิน 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 - พ.ศ.2565 และยังคงดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน และผู้บริหารสูงสุดขององค์กรได้บริหารงานองค์กรจนประสบผลสำเร็จ โดยได้รับรางวัลต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ นายกองค์กรปกครองส่วนจังหวัด 2 คน นายกเทศมนตรี 3 คน และนายกองค์กรปกครองส่วนตำบล 1 คน รวม 6 คน 2) เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์องค์กรในงานวิจัยครั้งนี้แห่งละ 1 คน รวม 6 คน 3) เจ้าหน้าที่ระดับผู้ปฏิบัติการการสื่อสารขององค์กรในงานวิจัยครั้งนี้แห่งละ 1 คน รวม 6 คน 4) ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร

ในงานวิจัยครั้งนี้แห่งละ 2 คน รวม 12 คน และ 5) ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสารทางการเมือง การให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมือง และการปฏิบัติงานด้านสื่อสารทางการ 3 คน รวมทั้งสิ้น 33 คน

ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกลึก (In-depth Interview) โดยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ มี 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่งานประชาสัมพันธ์องค์กร เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการการสื่อสารขององค์กร และผู้นำชุมชนที่เป็นผู้รับสาร และ ชุดที่ 2 สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการสื่อสารทางการเมือง

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวมรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักตามบัญชีรายชื่อ ขั้นติดต่อประสานงานโดยให้ทางมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชเป็นผู้ประสานงานส่งหนังสือไปยังผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่ม 1- 5 เพื่อขอเข้าไปสัมภาษณ์พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ และผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานการนัดหมายวันและเวลาการเข้าขอสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุปได้ดำเนินการจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาข้อมูลมาลดทอน จัดระเบียบ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อสร้างเป็นข้อสรุปข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับ คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร พบว่า ผู้บริหารองค์กรมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีทักษะการบริหารงานและประสบการณ์ และการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและสังคมให้การยอมรับ มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่วางใจของประชาชนและบุคคลกรในบริหารองค์กร มีจิตอาสาทำงานเพื่อส่วนร่วมกับประชาชนในพื้นที่ ด้านสมรรถนะทางการสื่อสารที่ใช้ภาษาพูดอย่างเหมาะสม สร้างความสนิทสนมโดยใช้ภาษาถิ่น มีทักษะการฟังในการจับประเด็นได้ดี และการนำเสนอที่เข้าใจได้ง่ายแก่ผู้รับฟัง มีบุคลิกท่าทางที่แสดงออกที่เหมาะสมแต่งกายเรียบร้อยถูกกาลเทศะ การใช้เสื้อผ้าพื้นถิ่นให้เข้ากับประชาชน มีความเป็นมิตรและเข้าถึงได้ง่าย มีภาพลักษณ์ที่ดีมีความน่าจดจำด้วยการทำงานที่มุ่งมั่น จิตใจเข้มแข็ง กล้าเผชิญปัญหา และเป็นคนทันสมัยต่อเทคโนโลยี และมีความเป็นผู้นำองค์กรที่มีหลักการและเป้าหมายที่ยึดตามกฎหมาย ความโปร่งใส รับฟัง และมีการที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ชักจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานตามเป้าหมาย การทำงานรวดเร็ว ถูกต้อง รับผิดชอบ และประโยชน์ต่อส่วนรวมมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรทันสมัยสู่ความเป็นเลิศ

“...จบปริญญาตรีและปริญญาโท เป็นนักกิจกรรมจิตอาสาตั้งแต่สมัยเรียน มีญาติพี่น้องที่เป็นนักการเมืองและเครือข่ายเป็นผู้สนับสนุนให้เข้าสู่การเมืองจนถึงได้เป็นนายก อบจ.ในปัจจุบัน...” (Hengchuan, 2023)

“...ภารกิจหลักที่ต้องลงพื้นที่ช่วยเหลือทั้งส่วนตัวและหน่วยงานต่าง ๆ เราเองต้องทำให้เขาเห็นอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย...” (Chittrakul, 2023)

“...ภาษาที่ใช้ภาษาท้องถิ่นบ้านเราเป็นหลัก เราเองทำงานกับชาวบ้าน ถ้ากับหน่วยงานราชการก็ต้องปรับให้เป็นสากลในเวทีนั้น ต้องเป็นผู้ฟังที่ดีก่อนให้เห็นด้วยว่าเขาต้องการอะไรจะได้โต้ตอบสนทนากับเขาได้...” (Wongwacharadamrong, 2023)

“...ความเป็นกันเองเข้าถึงได้ง่าย แสดงออกถึงความจริงใจเป็นมิตร การแต่งกายโดดเด่นเรียบร้อย กลมกลืนกับทุกภารกิจ...” (Chaikij, 2023)

“...ใช้คอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน ระดับสั่งการจะมีกลุ่มไลน์ ระดับต่าง ๆ ของงาน กลุ่มเครือข่าย โทรศัพท์ส่วนตัวก็จะมีเบอร์ที่ประชาชนสามารถติดต่อโดยตรงได้หรือประสานผ่านประชาสัมพันธ์... ” (Thamphet, 2023)

“...เราเป็นตัวแทนชาวบ้านเข้ามาเป็นฝ่ายบริหารต้องทำงานร่วมกับข้าราชการประจำต่างคนต่างต้องมีหน้าที่รับผิดชอบให้เป็นตามระเบียบถูกต้องเป็นขั้นตอน...” (Liangprasit, 2023)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับ การจัดการการสื่อสาร พบว่า ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรจะต้องมีการจัดการความรู้ ความสามารถ วิสัยทัศน์ ทักษะและประสบการณ์ และกำหนดทิศทางแก่บุคลากรในองค์กรให้เกิดความก้าวหน้า ด้านการจัดการภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารจะต้องสร้างและส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่สายตาประชาชน คือ การแต่งตัวเหมาะสมกับการทำงานและกาลเทศะและเข้ากับประชาชนพื้นถิ่น มีความอ่อนน้อม จริงใจ เข้าถึงพึ่งได้ มีความทันสมัยนิยมทันตามกระแสนิยม และการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการติดต่อกับประชาชนได้ง่าย ด้านการจัดการการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์กรมีการวิเคราะห์กำหนดเป้าหมายและแผนงานนโยบายพัฒนาท้องถิ่น การจัดองค์กรออกเป็นกองงานและสำนักงานต่าง ๆ ตามภารกิจอย่างครอบคลุม การให้ลำดับความสำคัญของงานตามภารกิจความเร่งด่วน ด้านการจัดการด้านทักษะการสื่อสารและความสามารถใช้เทคโนโลยีของผู้บริหารองค์กรมีการวางแผนทำความเข้าใจในเรื่องที่จะสื่อสารการนำเสนอในการปฏิบัติหน้าที่ก่อนเสมอ มีการวางแผนนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการบริหารงานและติดต่อกับประชาชน และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่หลากหลาย ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรมีการจัดการวางแผนงานสื่อสารการบริหารงานชี้แนะและส่งสารในการปฏิบัติหน้าที่โดยมีการจัดเตรียมและดำเนินงานตามระเบียบราชการในรูปแบบเอกสาร คำสั่งด้วยวาจา และอาศัยระบบออนไลน์ในการประสานงาน มีการจัดการดำเนินการด้านรูปแบบเชื่อมโยงข่าวสารและภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร มีการจัดโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างเป็นระบบ การให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวสารยึดหลักข้อบังคับให้เป็นตามระเบียบการเผยแพร่ข่าวสารของภาครัฐ และการจัดการช่องทางการสื่อสารในการบริหารงานการสร้างความร่วมมือและการสร้างความสัมพันธ์อันดี การจัดช่องทางที่เน้นความสะดวกกับผู้ใช้งานในทุกระดับ และด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับการประเมินคุณธรรม ความโปร่งใส การรับรู้ ทัศนคติของประชาชน มีขั้นตอนการประเมินก่อนและหลังของกิจกรรม และนำผลการประเมินประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะอย่างเปิดเผย มีการพิจารณาจุดเด่นจุดด้อยมาแก้ไขเพื่อการพัฒนาและผู้บริหารองค์กรนำผลประเมินด้วยตนเองมาปรับปรุงในการสร้างความรับรู้เข้าใจกับประชาชน

“...นโยบายต่าง ๆ เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมการทำงานให้สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ การปรึกษาผู้รู้ผู้ชำนาญทั้งภายนอกและภายในองค์กร...” (Wongwacharadamrong, 2023)

“...การเตรียมตัวในเรื่องที่จะพูดจะนำเสนอ การเข้าใจคำถาม การพูดในแต่ละที่แต่ละเวทีก็ก็ต้องปรับตามบริบททั้งภาษา สำเนียง น้ำเสียงในการสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน...” (Intharat, 2023)

“...มีลำดับขั้นตอนและช่องทางในการสั่งการ การแนะนำชี้แนะซึ่งจะเป็นการเสนอความคิดเห็นร่วมกันมากกว่าเพื่อให้เกิดระบบปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามการวางแผน...” (Makkamnern, 2023)

“...ทุกช่องทางสามารถใช้ในการบริหารงานและการสร้างความร่วมมือทั้งของนายกและองค์กรรวมถึงการประสานต่าง ๆ ขององค์กรที่ไปยังประชาชนจะต้องให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วและตอบสนองได้ดี ...” (Phorudkha, 2023)

“...ให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่ร่วมงานสังคมกับชาวบ้านทำให้ใกล้ชิดและเห็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดและเขาต้องการได้มากกว่า...” (Chittrakul, 2023)

“...แบบสอบถามทั้งเอกสารและแบบออนไลน์ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากประชาชนและการลงประชาสัมพันธ์เครือข่ายออนไลน์ในการทำการประเมิน...” (Chaikij, 2023)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับ กลยุทธ์การสื่อสาร พบว่า ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของ ผู้บริหารองค์กรให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่พบปะประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียในการประสานประโยชน์ มีการวางแผนในการลงพื้นที่ตามภารกิจหน้าที่และตามบริบทของสังคมท้องถิ่น ด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่มีการมุ่งเน้นติดต่อสื่อสารในการลงพื้นที่แบบเผชิญหน้าทั้งในระดับกับกิจกรรม เวทีการประชุมและเวทีสาธารณะเน้นการสร้างความเข้าใจรับฟังปัญหา มีการสร้างช่องทางการติดต่อกับเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ คือ การเชื่อมโยงความต้องการของประชาชนให้มีพื้นที่สำหรับรับฟังการร่วมคิดร่วมทำร่วมตัดสินใจของและประชาชนในพื้นที่ ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมโดยมีกิจกรรมส่งเสริมทักษะและกิจกรรมที่ส่งเสริมความร่วมมือในทุกภาคส่วนกลุ่มประชาชน มีขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลความต้องการของประชาชนเพื่อกำหนดรูปแบบโครงการต่าง ๆ ความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม คือ การวางแผนกิจกรรมอย่างครอบคลุมความต้องการของประชาชน การมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ดำเนินการ และการใช้เทคโนโลยีในการประสานงาน และด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้โดยผู้บริหารองค์กรเน้นลงพื้นที่ด้วยตนเองในการชี้แจงนำเสนอและแสวงหาความต้องการ การให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารถึงประชาชน มีการวางแผนการปฏิบัติหน้าที่ในการลงพื้นที่ผ่านกิจกรรมองค์กรและการติดตามบทสังคม มีการสร้างกระบวนการการสื่อสาร วางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรเครือข่ายต่าง ๆ ในการนำข่าวสารเผยแพร่ในพื้นที่ ความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความรับรู้ คือ การเน้นการลงพื้นที่ของผู้บริหารองค์กร แผนกิจกรรมที่สอดแทรกการรับรู้ข่าวสารองค์กร และงานประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย และด้านการประเมินกลยุทธ์ต่าง ๆ และการนำผลประเมินมาเปรียบเทียบปรับปรุงแก้ไขและการพัฒนาทุกครั้ง

“...การเข้าถึงปัญหาและความต้องการจึงต้องลงพื้นที่สม่ำเสมอในการรับฟังหาความต้องการเพื่อนำมาเข้าสู่การบริหารจัดการดำเนินการต่อไป...” (Poommatra, 2023)

“...เน้นความเข้าใจความร่วมมือการเอื้อประโยชน์ต่อกันที่จะขับเคลื่อนนโยบายตามกระบวนการทำงานให้ตรงกับความต้องการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ได้...” (Thamphet, 2023)

“...ขั้นตอนต่าง ๆ จะถูกทบทวนก่อนดำเนินการในทางปฏิบัติที่จะต้องเตรียมความพร้อมและแนวทางแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้...” (Wongwacharadamrong, 2023)

“...การเข้าถึงชาวบ้านโดยตรงในการสร้างความเข้าใจ รับทราบปัญหาและความต้องการต่าง ๆ ของคนในพื้นที่...” (Chittrakul, 2023)

“...ความไว้เนื้อเชื่อใจของชาวบ้านสังเกตจากการพูดคุยสนทนาเป็นเครื่องมือวัดอย่างดีที่บ่งบอกถึงความพอใจหรือต้องแก้ไขอะไร...” (Poommatra, 2023)

วัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) การพัฒนาด้านสมรรถนะทักษะทางการสื่อสารโดยผู้บริหารองค์กรสามารถฝึกฝนด้วยตนเอง การอบรมหรือฝึกฝนด้วยนักวิชาการเกี่ยวกับทักษะการการสื่อสาร การพูด การฟัง การอ่าน การเขียน การนำเสนอ และการวิเคราะห์อย่างเชี่ยวชาญ การพัฒนาสมรรถนะด้านบุคลิกภาพท่าทางและการแสดงออกต่าง ๆ โดยต้องเสริมสร้างบุคลิกภาพให้มีความน่าจดจำให้แก่ผู้พบเห็นด้วยการฝึกฝนตนเองหรือรับการอบรมจากสถาบันการพัฒนาบุคลิกภาพ การแสดงทางพฤติกรรมทั้งทางกาย วาจา และจิตใจ

อย่างเหมาะสมถูกต้องกับกาลเทศะ และการพัฒนาสมรรถนะการใช้เทคโนโลยี โดยสามารถศึกษาเรียนรู้พัฒนาตนเองหรือการเรียนรู้จากผู้รู้ในแขนงนั้น ๆ และให้ความสำคัญและความจำเป็นทั้งในการพัฒนาร่วมกันบุคลากรภายในองค์กร 2) แนวทางการพัฒนาด้านความเป็นผู้นำองค์ ได้แก่ การดึงคุณสมบัติและความสามารถของตนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพให้เหมาะสม การพัฒนาทักษะการสื่อสารให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงาน ความสามารถและการตัดสินใจ และการส่งเสริมสร้างทีมงานให้มีทักษะต่าง ๆ (2) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) การกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของประชนชน มีทักษะการสื่อสารในการบริหารงานและกับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างดี และมีทักษะการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ 2) แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร ได้แก่ กระบวนการการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร (ตัวบุคคล) อย่างต่อเนื่อง การจัดการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรไปพร้อมกับทีมบริหารสื่อสารองค์กรอย่างมีระบบ การจัดการสื่อสารเฉพาะกลุ่มที่ใช้กิจกรรมต่าง ๆ และ 4) การพัฒนาการจัดการการสื่อสารองค์กรที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญการสื่อสารให้คำปรึกษา และ 3) แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร ได้แก่ การจัดการประเมินผลการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร การจัดการประเมินการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสารสำรวจความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญชำนาญ การจัดการประเมินผลการสื่อสารด้วยตนเองและทีมงานของผู้บริหารองค์กรหรือที่ปรึกษา และ (3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร พบว่า 1) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ได้แก่ 1) การจัดการการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ มีตารางแผนดำเนินงานการลงทุกเขตพื้นที่ การจัดการเครือข่ายในการลงพื้นที่พบปะเครือข่ายในทุก ๆ ระดับ และ 3) การจัดการกระบวนการพัฒนาเครือข่ายไปพร้อมกับทีมงาน 2) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ การลงพื้นที่ด้วยตนเองของผู้บริหารองค์กรให้ความสำคัญกับประสานประโยชน์และความต้องการ การรักษาสัมพันธภาพกับสมาชิกเครือข่ายคนเก่า และการพบปะคนใหม่ ๆ การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเครือข่ายอย่างจริงใจ และการเปิดช่องทางสื่อสารเพิ่มความสะดวกในการติดต่อประสานงานของผู้บริหารองค์กร 3) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมต้องมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ กิจกรรมที่ดำเนินการจะต้องเกิดจากความร่วมมือและการมีส่วนร่วมยึดหลักตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นหลัก และการสร้างและการกำหนดเป้าหมายกิจกรรมจะต้องมีความหลากหลายกลุ่มกิจกรรมตามความต้องการของประชาชนในแต่ละกลุ่ม และ 4) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ได้แก่ การลงพื้นที่ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอทั่วถึงในทุกเขตพื้นที่ มีการวางแผน ดำเนินงาน ลำดับความสำคัญของกิจกรรมอย่างทั่วถึง การประชาสัมพันธ์ขององค์กรสื่อสารทุกช่องทางและเครือข่ายองค์กรสนับสนุนในการกระจายข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์องค์กรเน้นสื่อออนไลน์เครือข่ายโซเชียลที่มีแนวโน้มของผู้ติดตามและใช้งานมากในปัจจุบัน การมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีเป็นที่ปรึกษาการสื่อสารด้วยระบบออนไลน์

“...ภาษาที่เข้าใจง่ายในระดับองค์กรและสามารถสื่อสารกับประชาชนได้ ผู้บริหารองค์กรที่จะต้องมีทักษะในการพูดที่จะเข้าถึงประชาชน การแต่งกายที่เหมาะสมกับภารกิจหรือแม้แต่การแต่งกายเมื่อลงพื้นที่แบบไม่ถือตัว ชาวบ้านสัมผัสเข้าถึงได้ และการนำเสนอจะต้องมีการแสดงตัวตนบนโลกโซเชียลที่ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว...” (Singkhachon, 2023)

“...การสื่อสารและเทคโนโลยีซึ่งเป็นส่วนสำคัญทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรโดยขบวนการเหล่านี้ผู้บริหารอาจจะต้องเข้ามาจัดอบรมให้กับองค์กรถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหรือหัวใจสำหรับผู้นำและทีมก็ได้...” (Sridee, 2023)

“...การพูด การฟัง การอ่านและการเขียนเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผู้นำอาจจะไม่สามารถจะพัฒนาในระยะอันสั้นได้เพราะว่ามันฝังมากับตัวเขาแต่สามารถพัฒนาจากการฝึกฝนด้วยตนเอง การใช้โค้ชมาอบรมและการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการสื่อสารงานบริการงานองค์กรสามารถพัฒนาจากการจับมือกับผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยววชาญมาอบรมให้ความรู้ในระดับองค์กรหรือทีมเพราะตัวผู้นำองค์กรเองไม่สามารถทำงานคนเดียวได้ ต้องอาศัยทีมงานบุคลากรต่าง ๆ ในองค์กรจะต้องสื่อสารทำความเข้าใจโน้มน้าวสร้างความร่วมมือต่าง ๆ ร่วมกัน...” (Sridee, 2023)

“...การประเมินการสื่อสารจะต้องมีการประเมินผลในทุกรูปแบบทั้งหน่วยงานภายในและการรับตรวจการประเมินจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงเริ่มต้นกิจกรรมใหม่จะต้องทำอย่างไร การประเมินผลจะต้องยึดหลักความสะดวกของผู้ประเมินจะต้องหาวิธีหลากหลายรูปแบบ...” (Srisamut, 2023)

“...เครือข่ายอยู่ในหน้าที่ของผู้บริหารเป็นขั้นตอนวิธีการและปัจจัยความสำเร็จเป็นกระบวนการสร้างความเชื่อมั่นในการเชื่อมโยงผู้คนกลุ่มคนเข้าด้วยกันในจุดนี้ผู้บริหารองค์กรขอคำปรึกษาจากสถาบันภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อจัดการการสื่อสารองค์กรเครือข่ายได้เช่นกัน...” (Sridee, 2023)

“...การสร้างความสัมพันธ์คือการจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ตลอดเวลากับทุกคน แปลว่า จะต้องพูดคุยทุกวันอาจจะเป็นข้อมูลการลงพื้นที่หรือการส่งข้อมูลข่าวสารหากันให้รู้สึกใกล้ชิดแล้วสามารถพบปะพูดคุยกับสมาชิกชาวบ้านหรือแม้แต่กลุ่มที่ไม่ได้สนับสนุนให้รู้สึกซาบซึ้งและอาจจะมีการให้ความร่วมมืออย่างเป็นธรรมชาติ...” (Singkhachon, 2023)

“...ในส่วนของช่องทางการสื่อสารก็จะเป็นส่วนของประชาสัมพันธ์องค์กรในการสนับสนุนภารกิจเผยแพร่ข่าวสารที่ทำให้ประชาชนกับองค์กรหรือผู้นำองค์กรมีความใกล้ชิดที่ดีต่อกันส่วนของผู้นำเองก็ต้องมีช่องทางสื่อสาร เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม หรือเบอร์โทรที่สามารถติดต่อกับผู้บริหารโดยตรงได้สมัยนี้การติดต่อแบบถึงตัวเป็นเรื่องสำคัญ...” (Sridee, 2023)

“...กองแผนงานและยุทธศาสตร์ถือว่าเป็นกำลังสำคัญที่จะทำแผนกิจกรรมให้มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของประชาชน กลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ต้องยึดหลักความต้องการของประชาชนเป็นหลัก...” (Srisamut, 2023)

“...ฉะนั้นแล้วกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ของผู้นำเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้นำจะต้องแสดงศักยภาพด้านการสื่อสารทั้งด้วยตนเองหรือทีมงานผู้บริหารในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ของผู้นำให้ได้รับความเชื่อมั่นในการบริหารงาน...” (Srisamut, 2023)

“...การสร้างการรับรู้ต้องเริ่มจากตัวผู้นำในการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอทั้งการปฏิบัติหน้าที่และการลงพื้นที่ส่วนตัวในการพบปะประชาชนเครือข่ายกิจกรรมการสร้างการรับรู้เป็นการสร้างความเข้าใจความต้องการของทั้งตัวนายกและประชาชนที่ต้องอาศัยทักษะการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ของตัวนายกที่แสดงออกให้ประชาชนเห็นสิ่งเหล่านี้ และที่สำคัญในปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารของประชาชนผ่านโลกออนไลน์อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งสิ้นงานหน้าที่หลักของประชาสัมพันธ์จึงต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนข่าวสารต่าง ๆ ให้ประชาชนรับรู้ให้มีความน่าสนใจและต้องการข่าวสารนั้น...” (Singkhachon, 2023)

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาได้ข้อค้นพบ คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรนั้นถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงตัวตนและความสามารถต่าง ๆ เพื่อกระทำการสื่อสารออกไปสู่สายตาผู้ร่วมงาน ประชาชน หรือผู้พบเห็นมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมในเชิงบวก โดยอาศัยการจัดการการสื่อสารทั้งในรูปแบบของสื่อสารองค์กรและ

ผู้บริหารองค์กรกระทำการสื่อสารที่มีกลยุทธ์การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนถึงประชาชนหรือผู้รับสาร และเพื่อให้การสื่อสารนั้นเกิดสัมฤทธิ์ผลมากยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรที่สามารถก่อให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ ชื่นชม ชื่นชอบ การสนับสนุนและนำไปสู่ความนิยมทางการเมือง ได้แก่ 1) แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 2) แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร 3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และ 4) แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงเป็นเนื้อเดียวกันจึงจะทำให้ในการสร้างความนิยมทางการเมืองมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีรายละเอียดดังรูปภาพที่ 1

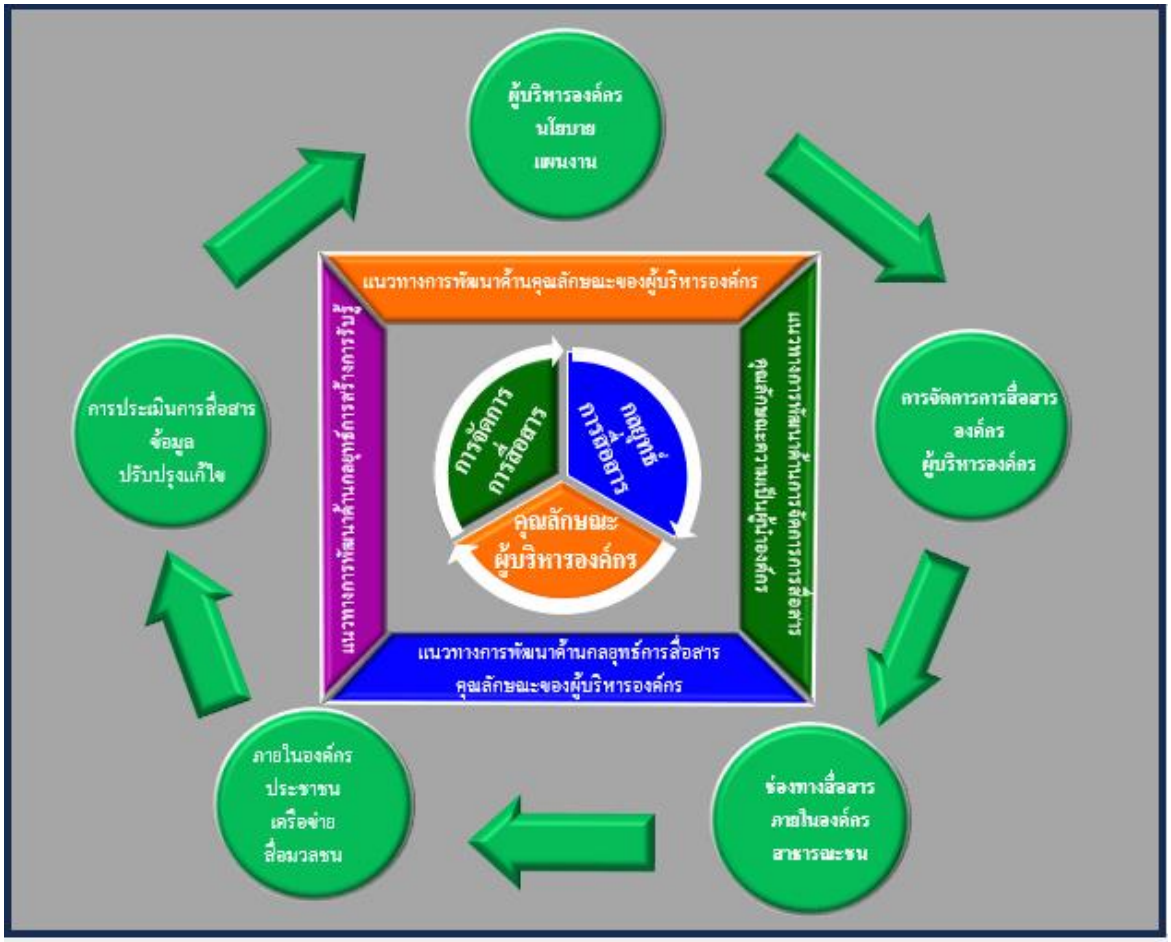


Figure 1: Communicating the characteristics of organizational leaders

จาก Figure 1 จะเห็นความสัมพันธ์ 3 ส่วน คือ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร และ กลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นลักษณะปัจจุบันของผู้บริหารองค์กรและประชาสัมพันธ์องค์กรในการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรสู่สาธารณะชน 2) แนวทางกรพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ซึ่งเป็นการนำจุดเด่น จุดด้อยของการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรหาแนวทางการพัฒนาการสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาด้วยความต้องการข่าวสารและเทคโนโลยีสื่อสารเพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารมากยิ่งขึ้น และ 3) กระบวนการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร โดยผู้บริหารองค์กรจะต้องมีนโยบายด้านการสื่อสารองค์กรและ แผนงานสื่อสารของตนในฐานะผู้ส่งสารเข้าด้วยกันโดยผู้บริหารองค์กรจะต้องวางแผนและดำเนินการการจัดการการสื่อสารองค์กรในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ผู้บริหารองค์กรซึ่งอาศัยช่องทางสื่อสารที่เป็นทางการขององค์กรและสื่อสารด้วยตัวของผู้บริหารองค์กรเองในการบริหารองค์กรและเผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชน

และจะต้องให้ความสำคัญกับการประเมินการสื่อสารเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไข และสร้างความเชื่อมโยงของกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากงานวิจัย “การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้” พบว่า

ผลจากงานวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วย 1) ประวัติและภูมิหลังสอดคล้องกับแนวคิดของ Stogdill 1974 (as cited in Dimakaran, 2014) เรื่อง คุณลักษณะผู้นำที่ประสบความสำเร็จที่มีองค์ประกอบสำคัญ คือ การมีการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี เป็นที่ยอมรับของบุคคลในสังคมและการมีชีวิตที่ครอบครัวสนับสนุน มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและเป็นที่ชื่นชอบของบุคคลในสังคม 2) การทำงานที่สร้างผลงานที่ประจักษ์สู่สายตาประชาชนสอดคล้องกับ Singkhachon (2017) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีการสร้างผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในพื้นที่เป็นที่ประจักษ์ได้รับการยอมรับและไว้วางใจ พฤติกรรมที่สร้างความน่าเชื่อถือ การมีทักษะการสื่อสารที่ชำนาญ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม การแสดงถึงพฤติกรรมความจริงใจ และเป็นบุคคลสาธารณะที่เข้าถึงได้ง่าย 3) สมรรถนะทางการสื่อสารสอดคล้องกับ Bochel (2010) เรื่อง Local Political Leadership and the Modernization of Local Government Studies พบว่า การมีทักษะการสื่อสารที่ต้องตระหนักถึงผู้รับสารที่มีความแตกต่างออกไปและการผสมผสานระหว่างทักษะการจัดการ ทักษะทางการเมืองและการจัดการสื่อให้เป็นที่ยอมรับและน่าสนใจ และ 4) ความเป็นผู้นำองค์กรสอดคล้องกับ Piemsuk (2014) เรื่อง คุณลักษณะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า การมีวิสัยทัศน์ความสามารถและเป้าหมายที่ชัดเจนจะสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่นในการทำงานให้สำเร็จ

ผลจากงานวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วย 1) กำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Torkaew (2020) กล่าวถึงว่า ผู้บริหารองค์กรมีหน้าที่ทางการจัดการ 4 อย่างคือ การวางแผน การจัดองค์กร การนำและควบคุมทรัพยากรพื้นฐานองค์กรเพื่อจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 2) การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะ ผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Thaiyanan (2013) เรื่อง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายกเมืองพัทยา ศึกษาในห้วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2521 ถึง พ.ศ. 2554 พบว่า ข่าวสารที่ได้รับความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายที่ออกแบบสถานที่ดีมีคุณภาพและเป็นช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนมีความสนใจเปิดรับมากที่สุด และ 3) การจัดการการประเมินการสื่อสารของผู้นำองค์กรสอดคล้องกับ Srisamut (2021) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า การประเมินการสื่อสารภาพลักษณ์ของผู้นำทางการเมืองในการรับรู้ของประชาชนจะต้องประเมินภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้านคือ ความเป็นผู้นำ การบริหารจัดการองค์กร การพัฒนาท้องถิ่นและผลงานที่โดดเด่น

ผลจากงานวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายสอดคล้องกับ Singkhachon (2017) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความนิยม คือ การสร้างเครือข่ายและกระบวนการติดต่อกับกลุ่มเครือข่าย เน้นการลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นและการแก้ปัญหาและการใช้สื่อในการสร้างการรับรู้ในทุกช่องทางที่เน้น

ประชาชนเข้าถึงและรับรู้ได้โดยตรง 2) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์สอดคล้องกับ Taneheng (2017) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีและมีความเสมอภาค การออกแบบกิจกรรมต้องมีวัตถุประสงค์ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือและให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เข้าถึงกับบริบทของสังคมและความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ 3) กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมสอดคล้องกับ Martin, and Aulich (2012) เรื่อง “Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs พบว่า ผู้นำจะต้องตระหนักถึงนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและพลเมือง และ 4) กลยุทธ์การสร้างการรับรู้สอดคล้องกับ Singkhachon (2017) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้บริหารองค์กรต้องเน้นการลงพื้นที่สร้างความเชื่อมั่นและการแก้ปัญหาด้วยตนเอง สร้างความใกล้ชิดกับเครือข่ายรวมถึงกิจกรรมในพื้นที่และการสร้างการรับรู้ด้วยการใช้สื่อทุกช่องทางที่เน้นการรับรู้ของประชาชนโดยตรง การใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์องค์กรในทุกช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรงและการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานองค์กรและผู้นำชุมชนในการถ่ายทอดข่าวสารในพื้นที่และการประเมินผลการรับรู้ข่าวสารตรวจสอบและปรับปรุงการพัฒนาการรับรู้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

ผลจากงานวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบด้วย

1. แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่

1.1 การพัฒนาด้านสมรรถนะทางการสื่อสารของผู้บริหารองค์กร สอดคล้องกับ Taneheng (2017) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์กรบริหารส่วนตำบลในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การพูด การฟัง บุคลิกภาพ การใช้ช่องทางการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

1.2 การพัฒนาด้านความเป็นผู้นำองค์กรสอดคล้องกับ Torkaew (2021) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์กรบริหารส่วนจังหวัด พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจะต้องมีความรู้การบริหารองค์กรการใช้เทคโนโลยีอย่างชำนาญ การมีทักษะการสื่อสารการพูด การฟัง การนำเสนออย่างเข้าใจได้ง่าย กระชับและเป็นมืออาชีพ มีการสื่อสารนโยบายและผลงานอย่างต่อเนื่องมีสาระน่าสนใจและชวนติดตาม มีการพัฒนาทางจิตใจและการควบคุมอารมณ์และแรงกดดันต่าง ๆ ที่จะต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่

2.1 กำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Torkaew (2021) เรื่อง การบริการให้คำปรึกษาทางด้านการสื่อสารสำหรับตำแหน่งนายกองค์กรบริหารส่วนจังหวัด พบว่า ความคาดหวังของประชาชนต่อนายกองค์กรบริหารส่วนจังหวัดจะต้องมีความรู้การบริหารองค์กร การใช้เทคโนโลยีอย่างชำนาญและมีทักษะการสื่อสารเป็นมืออาชีพ

2.2 การพัฒนาการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กรสอดคล้องกับ Martin, and Aulich (2012) เรื่อง Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs พบว่า ผู้นำจะต้องตระหนักถึงบทบาท การสร้างความเข้าใจและนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและพลเมือง และผู้นำจะต้องอำนวยการสร้างความสัมพันธ์ด้านกิจกรรมส่งเสริมแนวทางการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย

2.3 การพัฒนาการจัดการประเมินผลการสื่อสารของผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Srisamut (2021) เรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ผู้นำการเมืองท้องถิ่น พบว่า การประเมินผลการสื่อสารภาพรักผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการรับรู้ของประชาชนจะต้องประเมินภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้านคือ ความเป็นผู้นำ การบริหารองค์กร การพัฒนาการปรับแผนการสื่อสารและมีการประเมินติดตามภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง

3. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่

3.1 การพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Singkhachon (2017) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำทางการเมืองจะต้องวางแผนการสื่อสารร่วมกับทีมงานในการจัดการลงพื้นที่อย่างเป็นส่วน ๆ และวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในการกำหนดนโยบาย การจัดการเครือข่ายและกระบวนการพัฒนาเครือข่ายในการสร้างความเชื่อมั่นในทุกระดับสร้างความร่วมมือระหว่างผู้บริหารองค์กรและสมาชิกเครือข่ายให้มีความสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง

3.2 การพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Taneheng (2017) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ในการปฏิบัติงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จะต้องแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการบริหารองค์กรด้านการสร้างการมีส่วนร่วมการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการตอบสนองผลประโยชน์และการแก้ปัญหา และการถ่ายทอด และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้เกิดการรับรู้เข้าใจเพื่อรักษาฐานเสียงทางการเมือง

3.3 การพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรมของผู้บริหารองค์กรสอดคล้องกับ Taneheng (2017) เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ผู้บริหารองค์กรมีกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างกิจกรรมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ในลักษณะประเพณีวัฒนธรรมและบริบทสังคมท้องถิ่นนั้น และกิจกรรมขององค์กรเกิดจากการผลักดันการดำเนินกิจกรรมในการรับฟังความคิดเห็น การมีส่วนร่วมและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่เกิดความต้องการ

3.4 การพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้สอดคล้องกับ Singkhachon (2017) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง พบว่า ผู้นำทางการเมืองจะต้องมีการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ พยายามเข้าถึงชาวบ้านทุกหลังคาเรือน มีการประชุมแถลงผลงาน การพูดคุยถึงผลงานผ่านการใช้สื่อทุกช่องทางที่จะถึงประชาชนในพื้นที่

สรุป

ในภาพรวมของบทความจะเห็นได้ว่า ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้บริหารองค์เพื่อกระทำการสื่อสารถึงคุณสมบัติและมีความเฉพาะตัวของผู้บริหารองค์กร ประกอบด้วย ด้านประวัติและภูมิหลังที่ดี ด้านการสร้างผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาประชาชน ด้านสมรรถนะทางการสื่อสารที่เชี่ยวชาญ ด้านความเป็นผู้นำองค์กรที่มีหลักการมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรทันสมัยสู่ความเป็นเลิศ 2) การจัดการการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรเพื่อการกำหนดจัดเตรียมรูปแบบ การบริหารและจัดเตรียมกระบวนการสื่อสาร และการประเมินผลการปฏิบัติการสื่อสาร ประกอบด้วย ด้านการกำหนดคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร ด้านการจัดการภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารองค์กร ด้านการจัดการการบริหารงานและการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการจัดการด้านทักษะการสื่อสารและความสามารถใช้เทคโนโลยี ด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร และด้านการจัดการประเมินผลการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรในการกำหนดรูปแบบวิธีการ และทิศทางในการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่ เครือข่าย หรือผู้รับสารรู้สึกชื่นชม ชื่นชอบ ศรัทธาเชื่อมั่น ให้ความร่วมมือ และได้รับการสนับสนุน ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ด้านกลยุทธ์

การสร้างความสัมพันธ์ ด้านกลยุทธ์การสร้างกิจกรรม และด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรที่ก่อให้เกิดการรับรู้กับประชาชนในพื้นที่ และเครือข่าย หรือผู้รับสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาด้านคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการสื่อสารคุณลักษณะความเป็นผู้นำองค์กร แนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร และแนวทางการพัฒนาด้านกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ ซึ่งแนวทางการพัฒนาการพัฒนาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรมีความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องใช้ผู้เชียวชาญหรือที่ปรึกษามืออาชีพด้านการสื่อสาเพื่อวางระบบการสื่อสารขององค์กรและผู้บริหารองค์กรสามารถปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ ควรนำผลการวิจัยในประเด็น คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และ แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร มาปรับใช้ในการสร้างความนิยมทางการเมืองกับประชาชนในพื้นที่

1.2 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยฝ่ายกองงานยุทธศาสตร์แผนงานและนโยบาย ควรมีนโยบายสร้างภาพลักษณ์องค์กรไปสู่ความนิยมให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเน้น คุณลักษณะของผู้บริหารองค์กร การจัดการการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในทุกระดับ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณควบคู่ไปกับเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2.2 ควรทำการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในพื้นที่ในภูมิอื่น ๆ ของประเทศไทย

2.3 ควรทำการศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในระดับสมาชิกสภาองค์กรปกครองท้องถิ่น

References

Bochel, H., & Bochel, C. (2010). Local Political Leadership and the Modernization of Local Government. *Local Government Studies*, 36(6), 723-737.

Chaikij, N. (2023). Director of Strategy and Budget Division, Thung Song Town Municipality. *Interview*. March, 7.

Chaiyabut, C. (1996). *Local Governance in Thailand*. Bangkok: Pikkennes Printing Center Co., Ltd.

Chittrakul, K. (2023). Mayor of Ban Song Subdistrict Municipality. *Interview*. January, 27.

Creswell, J. W. (2012). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches.* (3rd ed.). London: SAGE Publications, Inc.

Department of Local Administration Promotion, (2015). *Local Government Organization Information.* Retrieved November 14, 2022, from http://www.dla.go.th/work/abt/index.jsp

Dimakaran, P. (2014). Leadership Characteristics: A Case Study of an Administrator Who Received the Nursing Service Excellence Award for a Primary Care Level from the Thailand Nursing and Midwifery Council. *Journal of Boromarajonani College of Nursing, Bangkok*, 30(2), 48-57.

Hengchuan, C. (2023). President of the Chamber of Commerce in Satun Province. *Interview*. January, 18.

Intharat, S. (2023). Mayor of Tha Kham Subdistrict Administrative Organization (PAO). *Interview*. February, 6.

Israsai, Y. (2018). *The Concepts of Political Communication*. In Compilation of Political Analysis (Unit 8). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.

Liangprasit, S. (2023). Chief Executive of the PAO Satun. *Interview*. January, 18.

Makkamnern, P. (2023). Assistant Policy Analyst and Urban Planner of Thung Song Town Municipality. *Interview*. January, 23.

Martin, J., & Aulich, C. (2102). *Political Management in Australian Local Government: Exploring Roles and Relationships between Mayors and CEOs*. Sydney: Australian Centre of Excellence for Local Government, University of Technology.

Naewna, (2017). *Politics.* Retrieved November 14, 2022, from https://www.naewna.com/politic/619656

Phorudkha, P. (2023). Senior Public Relations Officer of Phatthalung Provincial Administrative Organization (PAO). *Interview*. February, 7.

Piemsuk, S. (2014). *The Leadership Characteristics of Change Agents among Local Government Executives in Sing Buri Province*. (Master's Thesis). Public Administration Department, Thepsatri Rajabhat University. Lop Buri.

Poommatra, T. (2023). Mayor of Khok Lhor Subdistrict Municipality. *Interview.* January, 10.

Saeng-Uthai, Y. J. (2012). *The Identity of Southerners*. Retrieved November 14, 2022, from https://mgronline.com/south/detail/9550000017065

Singkhachon, S. (2017). *Communication to Build Popularity of Local Politicians*. (Doctoral Dissertation). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.

Singkhachon, S. (2023). Political Communication Specialist. *Interview*. June, 11.

Sridee, S. (2023). Political Communication Specialist. *Interview.* July, 5.

Srisamut, M. (2021). *Image Communication of Local Political Leaders*. (Doctoral Dissertation). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.

Srisamut, M. (2023). Political Communication Specialist. *Interview*. June, 10.

Sutthiyothin, N. (2017). *Mass Communication Theory*. In Theories of Political Communication and Local Governance. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.

Taneheng, N. (2017). *Communication Competency Development of Chief Executives of the Subdistrict Administration Organization in the Three Southern Border Provinces of Thailand*. (Doctoral Dissertation). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.

Thaiyanan, S. (2013). *Political Communication of Mr. Uthai Pimjai Chon: A Study in the Period Between 1978 to 2011.* (Doctoral Dissertation). College of Political Communication, Krirk University. Bangkok.

Thammarat, T. (2018). The Political Popularity of the Pheu Thai Party among Udon Thani Villagers after the 2014 Coup. *Journal of Politics and Governance*, 8(3), 29-48.

Thamphet, W. (2023). Chief Executive of the PAO Phatthalung. *Interview*. February, 7.

Torkaew, N. (2021). *Communication Consultancy Services for Chief Executive of the Provincial Administrative Organization.* (Doctoral Dissertation). Sukhothai Thammathirat Open University. Nonthaburi.

Torkaew, W. (2020). *The Concepts, Scope, and Guidelines for Managing Political Communication and Local Governance Innovations*. In Managing Political Communication and Local Governance Innovations (Unit 1). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.

Unno, A. (2017). *To Be Born in One Nation Is to Pay Homage to the City's Sacred Relics: The People, Culture, and Politics*. ASEAN Studies Center, International College, Chiang Mai University. Chiang Mai.

Wongwacharadamrong, S. (2023). Mayor of Thung Song Town Municipality. *Interview*. January, 23.