

การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นเพื่อความสำเร็จในองค์กร

Local Executives' Communication for Organizational Success

นฤมล รัตนภิบาล¹, วิทยาธร ท่อแก้ว², สุภาภรณ์ ศรีดี³

Narumol Rattanabhibal¹, Wittayatorn Tokeaw², Supaporn Sridee³

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช^{1,2,3}

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University^{1,2,3}

*Corresponding author, email: narumolrattanabhibal@gmail.com¹

Retrieved 25-03-2024; Revised; 11-06-2024 Accepted ; 31-07-2025

บทคัดย่อ

การสื่อสารทางการเมืองของผู้บริหารท้องถิ่น เป็นกระบวนการที่สำคัญและมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานทั้งด้านการเมืองและการบริหารองค์กร ซึ่งมีทั้งข้าราชการประจำ ข้าราชการการเมือง และประชาชน จากการศึกษาวิเคราะห์ พบว่า ผู้บริหารท้องถิ่นต้องเป็นบุคคลที่มีการสื่อสารดีในทุกมิติ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสารแลกเปลี่ยน ชี้แจง หรือโต้กลับ การเลือกใช้ภาษาที่ง่าย กระชับ เข้าใจง่าย การตั้งใจรับฟัง การระงับอารมณ์และความรู้สึก การใช้สื่อต่าง ๆ รวมถึงการสังเกตอาการปฏิกิริยาของคู่สนทนา และยังพบว่าผู้บริหารท้องถิ่นควรนำหลัก 9C's มาใช้ในการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) ความชัดเจน 2) ความถูกต้อง 3) ความครบถ้วน 4) ความหนักแน่นมีสาระ 5) ความกระชับ 6) ความสมเหตุสมผล 7) ความมีมารยาท 8) ความน่าเชื่อถือ และ 9) ความคิดสร้างสรรค์ หากผู้บริหารท้องถิ่นนำหลักการดังกล่าวไปใช้ในการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลให้เกิดความสำเร็จในองค์กร

คำสำคัญ: การสื่อสารที่ดี ; หลักการสื่อสาร 9C's ; ผู้บริหารท้องถิ่น ; ความสำเร็จในองค์กร

Abstract

Political communication of local administrators is an important process and is necessary for the performance of both politics and organizational administration, which includes regular government officials, political officials, and citizens. From the analytical study, it was found that local administrators must be people who communicate well in all dimensions: providing opportunities for news recipients to exchange, clarify, or respond; choosing language that is simple, concise, and easy to understand; listening intently; suppressing emotions and feelings; using various media; and

observing the behavior of the interlocutor. It was also found that local administrators should use the 9C's principles in communication, consisting of: 1) Clear, 2) Correct, 3) Complete, 4) Concrete, 5) Concise, 6) Coherent, 7) Courteous, 8) Credible, and 9) Creativity, so that both internal and external communication can affect the success of the organization.

Keywords: Good communication; 9C's communication principles; Local administrators; Success in the organization

บทนำ

“การสื่อสาร” ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความสำเร็จทางการเมืองมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ หลักฐานที่พบได้จากงานเขียนของเพลโต (Plato) ชื่อ อพ็อลอเจีย (Apologia) ได้กล่าวถึงคำพูดของโสเครตีส (Socrates) ที่กล่าวต่อศาลในนครรัฐเอเธนส์ เพื่อให้พ้นจากข้อกล่าวหาและเป็นคำพูดที่ปลุกปั่นให้เยาวชนเข้าใจผิดและสร้างความเสื่อมเสียให้กับสังคม การตอบโต้ดังกล่าวถือได้ว่าเป็นการจัดการสื่อสารทางการเมืองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเมืองได้อย่างหนึ่ง (Sothanasathien, 1998) นอกจากนี้การสื่อสารยังมีบทบาทสำคัญต่อการถ่ายทอดและขยายแนวคิดความคิดตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากผู้ปกครองไปยังประชาชนในปกครอง เพื่อโฆษณาชวนเชื่อและจูงใจให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบ เกิดความศรัทธา เชื่อมั่นและมีความจงรักภักดีต่อผู้ปกครอง ซึ่งในสังคมปัจจุบันสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมเปลี่ยนแปลงไปมาก พัฒนาการทางการเมืองในระดับประชาธิปไตยได้รุดหน้าไปควบคู่กับพัฒนาการเทคโนโลยีทางการสื่อสาร รวมถึงพัฒนาการด้านความรู้ความเข้าใจและมีส่วนร่วมในทางการเมืองของประชาชน ทำให้ “การสื่อสารทางการเมือง” (political communication) มีความสลับซับซ้อนและทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมทางการเมืองทั้งหมด โดยเฉพาะในประเทศที่ประเทศที่การเมืองการปกครองในระดับประชาธิปไตยพัฒนาก้าวหน้าไปมากจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารไม่ลักษณะใดก็ลักษณะหนึ่ง

การสื่อสารทางการเมืองจึงเสมือนเส้นใยประสาทของระบบการเมือง เนื่องจากมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ การตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาล ให้ประชาชนได้รับรู้และในขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาล ที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาล สอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดี (Nonthachit, 2015) ดังนั้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จึงหมายถึง การที่ผู้ส่งสาร สามารถสื่อความต้องการของตนเองออกไปผ่านคำพูดหรือตัวหนังสือหรือสื่อต่าง ๆ ได้อย่างกระชับ ชัดเจน ตรงประเด็น เรียกความสนใจจากผู้รับสารให้หันมารับรู้สิ่งที่ตนกำลังสื่อสารและเข้าใจสิ่งที่สื่อออกมาได้อย่างไม่ผิดเพี้ยน รวมทั้งในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง

ทางด้านการสื่อสารเป็นอย่างมาก จึงควรเทคนิคหรือหลักการสำคัญที่จะส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เช่น หลักการสื่อสารด้วย 9C's เป็นต้น

เมื่อกลับมาพิจารณาการเมืองการปกครองท้องถิ่นของไทย ซึ่งมีทั้งรูปแบบทั่วไปและรูปแบบพิเศษต่างก็มีแนวทาง การบริหารจัดการการเมืองไม่ได้แตกต่างกับการเมืองระดับชาติ เพียงแต่เป็นการเมืองที่มีขนาดเล็กกว่า และที่สำคัญมีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่มากที่สุด ดังนั้น “ผู้บริหารท้องถิ่น” ก็นับว่าเป็นผู้ปกครองสูงสุดในท้องถิ่นนั้น ๆ มีการปฏิบัติงานใน 2 ลักษณะคือ งานด้านการเมือง และ งานด้านการบริหาร ดังนั้น “การสื่อสาร” จึงมีความสำคัญต่อการสร้างความนิยมชมชอบในตัวผู้บริหารท้องถิ่น รวมถึงมีความสำคัญต่อการบริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นนั้นให้ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งที่ผ่านมาผู้บริหารท้องถิ่นได้สื่อสารไปยังประชาชนผ่านทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่

ทั้งนี้เป็นการสอดคล้องกับบริบทที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยบทความวิชาการนี้ จะนำเสนอประเด็น การสื่อสารงานด้านการเมือง ด้านการบริหาร และการสื่อสารเพื่อมุ่งเป้าความสำเร็จในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับการสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสามารถนำองค์ความรู้จากการนำเสนอนี้ไปสู่การพัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นหรือผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ ได้

การสื่อสารทางการเมือง

ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

Almond and Powell (1980) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นวิธีการในการช่วยระบบการเมืองที่จะทำหน้าที่อื่น ๆ ของมัน ไม่ว่าจะเป็นการเรียกร้องผลประโยชน์ การรวบรวม ผลประโยชน์ หรือการกำหนดนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

Denton and Woodward (1990) นิยามว่า การสื่อสารทางการเมืองคือ การถกเถียงของสาธารณะชนเกี่ยวกับการจัดสรรสาธารณประโยชน์ (รายได้) อำนาจหน้าที่ (ใครที่ทำหน้าที่ บริหาร นิติบัญญัติ ตุลาการ) และกำหนดกฎระเบียบในสังคม (การให้รางวัล และการลงโทษ)

Manuel Pares I Maicas (1992) ให้ความหมายของการสื่อสารการเมือง ไว้ว่า 1) การสื่อสารใด ๆ ที่สัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับระบบสังคม อันได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง การเคลื่อนไหวของประชาชน ซึ่งกลุ่มหรือบุคคลเหล่านี้อาจเป็นทั้งผู้ส่งหรือผู้รับสาร 2) สื่อสารทางการเมืองเป็นเรื่องของการโน้มน้าวใจ จะกระทำหรือหลอกลวงเพื่อนำไปสู่อำนาจ ยุทธการณ ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ประชามติ ฯลฯ 3) การสื่อสารนี้อาจเป็นไปในรูปของข่าว เหตุการณ์เสมือนจริง การโฆษณาชวนเชื่อ การเบี่ยงเบนข้อเท็จจริง โดยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และ 4) การสื่อสารทางการเมือง เกี่ยวข้องกับการตลาดทางการเมืองโดยเฉพาะกระบวนการเลือกตั้ง การหยั่งเสียง อันเป็นเครื่องมือสำคัญในระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทน

Agree and other (1976) ได้กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ทางการเมือง

ระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมือง นับเป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป

Almond & Coleman (1960) ระบุว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ กิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป อันเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายดำเนินอยู่ในระบบการเมืองกระบวนการสังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎการประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

จากการนิยามความหมายของนักวิชาการ ผู้เขียนสรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นความพยายามสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารและผู้รับสารในประเด็นเรื่องความคิดเห็นทางการเมือง ผลประโยชน์ทางการเมือง หรือข้อเรียกร้องในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง

Deustch (1966) ได้สื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง โดยการอธิบายว่า การสื่อสารนั้นเปรียบเสมือนเส้นใยประสาทของมนุษย์ ส่วนการสื่อสารทางการเมืองเปรียบดังเส้นใยสมองของรัฐบาล ซึ่งเส้นใยสมองเป็นส่วนหนึ่งของเส้นใยประสาทของมนุษย์ ทำให้การเมืองเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์อย่างแยกกันไม่ได้กับการสื่อสาร ไม่มีรัฐบาลใดสามารถดำเนินกิจการใด ๆ ได้เลยหากปราศจากซึ่งการสื่อสาร เพราะการสื่อสารนำมาซึ่งเสียงสนับสนุนจากประชาชน กระบวนการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นกระบวนการทางการเมืองที่มีความสำคัญในการช่วยให้เกิดความเห็นพ้องต้องกัน ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกัน และสร้างค่านิยมและเป้าหมายร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม การสื่อสารทางการเมืองจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารกลับไปกลับระหว่างองค์กรทางการเมือง

Pye (1972) เห็นว่า การสื่อสารโครงข่ายที่โยงใยสังคมมนุษย์ โครงสร้างของระบบการสื่อสารเปรียบเสมือนโครงกระดูกของสังคม เนื้อหาสาระ (content) ของการสื่อสารก็คือใจความสำคัญ (substance) ของการปฏิสัมพันธ์กันของมนุษย์ (intercourse) การไหลเวียนของสารสื่อสาร จะกำหนดทิศทางและอัตราการพัฒนาของสังคม การสื่อสารแผ่ซ่านไปทั่วสังคมและพบเห็นได้ในทุกส่วนในวิถีสังคม ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่จะทำการวิเคราะห์กระบวนการทางสังคม ทั้งหมดโดยอาศัยโครงสร้างเนื้อหาสาระและการไหลเวียนของการสื่อสาร รวมทั้งการสื่อสารทางการเมืองยังมีบทบาทในการพัฒนาทางการเมืองด้วย

จากการให้ความสำคัญของนักวิชาการข้างต้น ผู้เขียนมีความเห็นว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และมีความสำคัญต่อระบบการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ทั้งการสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือด้วยกันทั้งสิ้น (Wisuttho, 2022)

การสื่อสารทางการเมืองกับระบบการเมือง

Wongmontha (1994) ได้อธิบายว่า การสื่อสารได้ส่งผลกระทบต่อระบบการเมืองดังนี้

1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิวการติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล เหตุผลของการออกกฎหมาย การออกนโยบายการกำหนดโครงการต่าง ๆ ขึ้นมาจะทำให้ประชาชนรู้จักรัฐบาลดีขึ้น เข้าใจรัฐบาลดีขึ้น และยอมรับรัฐบาลได้มากขึ้น ข่าวคราวเกี่ยวกับนักการเมืองจะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่าควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองมากน้อยเพียงใด อย่างที่เป็นอยู่ในขณะนี้ฝรั่งบางคนเขียนถึงเมืองไทยว่าการเมืองไทยเป็นการเข้าร่วมของผู้ไม่รู้แต่ผู้รู้ไม่เข้าร่วม (Uninformed participants and information non-participants) นั่นคือคนรู้อะไรดี ๆ มักจะเสื่อมศรัทธาในระบบการเมืองและไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่นไม่ไปเลือกตั้งแต่คนที่สนใจนั้นเพราะยังไม่รู้อะไรดีนักจึงยังศรัทธาอยู่เช่นชาวนาที่ไม่เลือกตั้งกันมากเป็นต้น
2. สร้างความสนใจทางการเมืองในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนักเพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวสารทางการเมืองไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหารแต่ในปัจจุบันนี้ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้สัมผัสรับรู้กันเป็นประจำนักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์วิทยุโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์ทางสื่อต่าง ๆ อยู่เป็นประจำจึงมีส่วนทำให้คนในยุคนี้สนใจข่าวสารการเมืองเพิ่มมากขึ้น
3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองนอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้วการสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมากการเผยแพร่ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลก็ดีโดยสื่อมวลชนก็ดีหรือการนำเสนอพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชนต้องรับรู้และเข้าใจเพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร
4. สร้างบทบาททางการเมืองความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติอันจะนำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมืองประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาทสิทธิและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนดีขึ้นเห็นการเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมืองการได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมืองและการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้บริหารหรือรัฐบาลด้วยเช่นกัน
5. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชนนักรัฐศาสตร์จะมองว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกส่วนการสื่อสารทางด้านสื่อมวลชนนั้นจะมีบทบาทสำคัญรองลงมากการที่นักการเมืองได้พบปะพูดคุยกันกับประชาชนนั้นย่อมดีกว่าการที่จะกระจายข่าวสารต่าง ๆ ออกไปทางสื่อมวลชนแต่ในกรณีที่การสื่อสารระหว่างบุคคลไม่สามารถกระจายไปได้อย่างทั่วถึงสื่อมวลชนจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการทำให้ประชาชนรู้จักพรรคการเมืองผู้นำของรัฐบาล

และผลงานของรัฐบาลโดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่รวดเร็วและทันสมัยในปัจจุบัน

6. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะความเป็นนานาชาติ (Cosmopolitan-Oriented) โดยในปัจจุบันนี้โทรคมนาคมการส่งข่าวผ่านดาวเทียมทำให้ความสนใจของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปนอกจากการสนใจแต่เพียงสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเท่านั้นพวกเขายังสนใจสิ่งที่อยู่ไกลตัวมีความคิดที่เป็นสากลกันมากยิ่งขึ้นทำให้รัฐบาลต้องตื่นตัวกับการสนองตอบความต้องการของประชาชนตามมาตรฐานนานาชาติที่ประชาชนมีโอกาสได้พบเห็น

7. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสถานภาพก่อนที่จะเป็นนักการเมืองคนบางคนไม่เป็นที่รู้จักเลยแต่การที่สื่อสารมวลชนเขียนถึงเขาบ่อย ๆ ในวงสนทนามีคนพูดถึงเขาบ่อยๆ คนที่ไม่มีความสำคัญก็มีความสำคัญขึ้นสถานภาพดังกล่าวเป็นอะไรก็จะได้รับการยอมรับขึ้นเพราะฉะนั้นในการเสนอนักการเมืองให้รับใช้ประชาชนนั้นพรรคการเมืองจะสร้างการยอมรับโดยการเสนอบุคคลดังกล่าวในสื่อมวลชนด้วยความถี่สูงให้คนได้รู้จักคุณสมบัติและผลงานต่าง ๆ ของเขาแม้คนบางคนจะมีผลงานมากกว่าความสามารถสูงกว่าแต่ถ้าไม่ได้รับการเสนอในข่าวของสื่อมวลชนไม่มีการกล่าวขวัญถึงคนก็ย่อมไม่ยอมรับสถานการณ

การปกครองท้องถิ่นในบริบทของไทย

การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือการปกครองท้องถิ่น เป็นรูปแบบการปกครองที่จำเป็น และมีความสำคัญในทางการเมืองการปกครองของชุมชนต่าง ๆ เป็นการลดภาระของรัฐบาล โดยการให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองตนเองเพื่อการสนองตอบต่อความต้องการของชุมชน จะเกิดความสะดวก รวดเร็ว และตรงกับความต้องการของชุมชนนั้น ๆ โดยยึดหลักการกระจายอำนาจทำให้เกิดการพัฒนาชนบทแบบพึ่งตนเองทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม (Phuangngam, 2009) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นองค์กรภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ในการดูแลและการจัดการสาธารณะต่าง ๆ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน และมีความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบายการบริหารงานด้านบุคลากร การเงิน การคลัง มีอำนาจ หน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้คนในชุมชน ได้มีสิทธิในการที่จะเลือกบุคคลเพื่อเป็นตัวแทนในการเรียกร้องหรือเสนอแนะปัญหาของคนในชุมชนของตนเอง และยังเป็นโอกาสให้แกบุคคลในชุมชนเข้ามาเป็นผู้นำทำหน้าที่ในการบริหารในตำแหน่งต่าง ๆ ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แสดงบทบาทในการเป็นผู้นำของชุมชนในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหาวิธีแก้ไข ช่วยเหลือชุมชน หรือการสนับสนุนการสร้างโอกาสในการพัฒนาชุมชนได้มีความกินดีอยู่ดี

ดังนั้นผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มองกว้าง มองไกล มองรอบด้าน เพราะเป็นตัวแทนของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารองค์กร มีส่วนสำคัญในกระบวนการกำหนดนโยบายที่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน วางแผนในการพัฒนาท้องถิ่นให้สามารถแก้ปัญหาของชุมชนอย่างแท้จริงในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการกระจายรายได้และแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ด้านการจัดบริการสาธารณะไว้ทั่วถึงทุกกลุ่ม ด้านการสร้างอาชีพที่เหมาะสมให้ประชาชน

อย่างเท่าเทียมกัน ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการให้ความรู้ การครองชีพ การศึกษา สุขภาพ การพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชน (Thamson, and Dokthaisong, 2015) แต่จากการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานและการปฏิบัติงานของผู้บริหาร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในทศวรรษที่ผ่านมา พบว่ายังมีปัญหาในการปฏิบัติงานด้านทิศทางการกำหนดนโยบาย ด้านการจัดทำแผนปฏิบัติการ ด้านการจัดทำแผนพัฒนาและ โครงการ ด้านการประเมินและการจัดทำรายงาน ด้านการติดตามและควบคุมงาน ด้านการจัดการเรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านการจัดการ ด้านการเงินและงบประมาณ (Boonkob, 2015) นอกจากนี้จากการศึกษาของ Pranamchakko and Jongsomchai (2016) ยังพบว่าปัญหาส่วนหนึ่งเกิดจากหน่วยงานภายนอก เนื่องจากความไม่เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานอื่นที่มีต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผลนำมาซึ่งความขัดแย้งระหว่างองค์กรกับหน่วยงานนั้น ซึ่งการใช้อำนาจของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมากขึ้นอยู่ด้วยปัจจัยหลายประการ เช่น บุคลิกภาพของผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำนาจตามกฎหมายของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บทบาทและอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรง บทบาทและอำนาจหน้าที่ของสภาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ส่วนการศึกษาของ

การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่น

ผู้บริหารท้องถิ่นกับเรื่องการสื่อสารนั้น จำเป็นต้องมีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งในการสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่น คือ กระบวนการของการส่งข้อมูลต่าง ๆ จากผู้ส่ง ไปยังผู้รับด้วยความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน โดยการพูดที่จะสอดคล้องภาวะผู้นำคือมีศิลปะในการโน้มน้าว การจูงใจ และการให้กำลังใจพร้อมทั้งต้องสร้างทัศนคติแนวคิดที่ถูกต้องและสร้างความบันเทิงในสังคมได้ รวมไปถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ตาม อีกทั้งการพูดออกคำสั่งหรือพูดสั่งการก็ถือว่าเป็นศิลปะอย่างหนึ่งของการพูด โน้มน้าวให้ผู้ตามปฏิบัติตามคำสั่ง หรือปฏิบัติงานอย่างเต็มใจที่เป็นไปตามที่โดยการสื่อสารในองค์กรนั้นมีหน้าที่ 4 ประการคือ 1) การให้ความรู้แก่สมาชิกขององค์กร 2) การจูงใจสมาชิกในองค์กร เพราะใช้เป็นศูนย์กลางในการจูงใจ 3) การควบคุมและการประสานงานกิจกรรมของกลุ่ม และ 4) การแสดงความรู้สึกและอารมณ์

แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

1. การสื่อสารที่เป็นทางการ ซึ่งสามารถแบ่งตามสายบังคับบัญชาได้อีก 3 สาย คือ

1.1 การสื่อสารในแนวนอน เป็นการสื่อสารข้ามหน่วยงานภายในองค์กรซึ่งมีความจำเป็นต่อการประสานงานภายในองค์กรที่ต่างกันเข้าด้วยกัน เช่น การติดต่อระหว่างกองคลังกับกองวิชาการ กองสวัสดิการกับกองช่าง เป็นต้น

1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารซึ่งส่งผ่านจากหัวหน้างานที่ต่ำกว่าขึ้นสู่ระดับที่สูงกว่า เช่น การประชุมกลุ่ม และการร้องเรียน การสื่อสารในทิศทางนี้โดยประสิทธิภาพที่สุดโดยเฉพาะเมื่อข้อความที่ปรากฏในจดหมายนั้นเป็นไปในทางลบ แต่การสื่อสารจากล่างขึ้นบนนั้นมักมีความจำเป็นต่อการตัดสินใจที่ดี

1.3 การสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการสื่อสารซึ่งส่งผ่านจากลำดับชั้นผู้บังคับบัญชาในระดับสูงลงไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับต่ำกว่าภายในองค์กรซึ่งรวมถึงนโยบายในการบริหารจัดการการดำเนินงาน

2. การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ เป็นรูปแบบการสื่อสารโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ซึ่งมีลักษณะสำคัญ คือ เกิดขึ้นอย่างเป็นส่วนตัวในองค์การ ผู้นำไม่สามารถควบคุมได้และไม่มีอิทธิพลที่จะกระทำใด ๆ ได้ และกลุ่มขยายใหญ่ขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการหรือผลประโยชน์ของแต่ละคน (Sompomchaikit and Lertchanyarak, n.d.)

อย่างไรก็ตามการสื่อสารในลักษณะข้างต้นเป็นการสื่อสารที่เนื้อหาของสารจะถูกควบคุมด้วย ผู้ส่งสาร แต่เมื่อการสื่อสารเปลี่ยนเป็นการสื่อสาร ยุค 4.0 ที่มีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง พบว่า ผู้รับสารจะต้องมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหาสารไม่เพียงแต่เป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว (damchap, 2017) และการสื่อสาร ยุค 4.0 มีข้อดี คือ ไม่ว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารจะอยู่ที่ใดสามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีและการใช้คอมพิวเตอร์ แต่มีข้อจำกัด คือ การสื่อสารนั้นอาจถูกกิจกรรมทางคอมพิวเตอร์ได้จากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยี

การสื่อสารในท้องถิ่นนั้น ผู้ส่งสาร คือ ผู้บริหารท้องถิ่น นอกจากควรมีความรู้ด้านเทคโนโลยีแล้วยังต้องสามารถนำข้อมูลที่เป็นดิจิทัลมาสื่อสารถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร คือ บุคลากรหรือผู้ใต้บังคับบัญชา และประชาชนชาวบ้านในพื้นที่ที่ได้รับข่าวสารที่ได้ถูกส่งมา เมื่อมีการรับสารและการส่งข้อมูลข่าวสารเหมาะสมกับความรู้ ทักษะคิด และภูมิหลังของแต่ละคน ผลสะท้อนกลับ คือ การที่ผู้รับสารตีความข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งไปนั้นได้อย่างถูกต้องตามกระบวนการของการส่งสารและการรับสาร ซึ่ง Robbins and Coulter (2008 as cited in Kongphetdit and Chanthuk, 2016) ได้เสนอแนวคิดเพื่อแก้ไขอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารโดยใช้วิธีต่าง ๆ ดังนี้ คือ 1) การให้โอกาสผู้รับข่าวสารได้กลับ (Use Feedback) 2) การเลือกใช้ภาษาที่ง่าย ๆ (Simplify Language) 3) การตั้งใจรับฟัง (Listen Actively) 4) ระวังการมีอารมณ์และความรู้สึก (Constrain Emotions) 5) สังเกตอาการกับกิริยาของคู่สนทนา (Watch Nonverbal Cues)

ดังนั้น การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องมีองค์ประกอบการสื่อสารที่ครบถ้วน ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และช่องทางการส่งสาร โดยผู้บริหารท้องถิ่นควรเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่โดยสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (Narinson, 2020)

1. ผู้ส่งสาร (sender) ผู้บริหารท้องถิ่นใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลภายในองค์กรด้วยการประชุมหรือการแจ้งไปยังผู้ที่ต้องรับผิดชอบโครงการต่าง ๆ การติดป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนการสื่อสารภายนอกองค์กรเป็นการลงพื้นที่ไปพบปะกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นการสื่อสารกันแบบเผชิญหน้า

2. สาร (message) ผู้บริหารท้องถิ่นสื่อสารสารหรือเนื้อหาข่าวสารที่ส่งออกไปไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารไปยังชาวบ้านหรือผู้ใต้บังคับบัญชาต้องให้มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และเที่ยงตรง อีกทั้งเนื้อหานั้นเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นด้วย

3. ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้บริหารท้องถิ่นเลือกใช้สื่อที่มีเหมาะสมกับการสื่อสารภายในและภายนอก อาทิ การเผยแพร่ข้อมูลผ่าน Website การส่งข้อมูลผ่าน E-mail เป็นต้น สิ่งสำคัญที่ผู้บริหารท้องถิ่นต้องคำนึงถึงในการพิจารณาช่องทางการสื่อสาร คือ งบประมาณ เพราะการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เข้าถึงได้ง่ายอาจไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณสูง ดังนั้นผู้นำควรมีความเข้าใจในคุณลักษณะของประชาชนในท้องถิ่นและข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อสารไปยังชุมชนท้องถิ่นนั้น เพื่อที่จะทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงความต้องการของประชาชนได้ทุกระดับ

4. ผู้รับสาร (receiver) ในที่นี้เป็นการรับฟังความคิดเห็นทั้งของผู้ได้บังคับบัญชาและชาวบ้าน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องฟังแบบเปิดใจรับฟังปัญหาและสร้างการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในทุกระดับเพื่อให้ผู้บริหารท้องถิ่นสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาในชุมชนท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง (Surachikul Wattana, 2014)

แนวทางการสื่อสารเพื่อมุ่งเป้าความสำเร็จของผู้บริหารท้องถิ่น

ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม คือ ภูมิหลังเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่มาอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับคำพูดและการกระทำ การรักษาคำพูด การพูดจริงทำจริง เมื่อพูดไปแล้วต้องทำให้ได้ การทำเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วน ทักษะการสื่อสารมีการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่โดยเน้นการพูดคุย แบบเป็นกันเอง การใช้ภาษาท้องถิ่นเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวในการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่ การพูดคุยแบบสั้น ๆ เข้าใจง่าย ๆ การพูดคุยแบบมีความสนุกสนาน การพูดความจริงเรื่องจริง การพูดเน้นย้ำบ่อย ๆ ในประเด็นที่ต้องการจะบอก การพูดคุยแบบเหมือนพี่น้องพูดคุยกัน เน้นการพูดตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การแต่งกาย ลักษณะเดียวกับประชาชนในพื้นที่ การแต่งกายให้เหมาะสมกับกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ทุกคนมาเป็นพรรคพวก เดียวกัน การดูแลกับประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและมีความเท่าเทียมกัน การรับฟังเรื่องราวของประชาชนใน พื้นที่ว่ามีความต้องการด้านใด มีความเดือดร้อนด้านใดผ่านช่องทางต่าง ๆ และนำเอาข้อมูลความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่มาแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยให้มีความเท่าเทียมกันในพื้นที่ การเป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิดทำให้มีจุดร่วมกับประชาชนในพื้นที่

พัฒนาการสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นด้วยหลัก“9C’s”

9 C’s of Communication คือรายการตรวจสอบ (checklist) ที่ช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารและเพิ่มโอกาสให้ผู้รับข้อมูลได้เข้าใจข้อมูลตรงตามความตั้งใจของผู้สื่อสาร เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ได้ทั้งกับการสื่อสารด้วยวาจา เช่น การประชุม, การนำเสนอผลงาน, การอภิปรายความคิดเห็น การรับฟังความคิดเห็น และการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การจัดทำประกาศ การเขียนรายงาน ผู้สื่อสารมักมั่นใจในตนเอง

ว่าได้สื่อสารข้อมูลที่ตั้งใจออกไปอย่างชัดเจนครบถ้วนแล้ว แต่เพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารนั้นมีองค์ประกอบที่สร้างผลสำเร็จตามความมุ่งหมายอย่างแท้จริง ควรนำหลัก 9 C's of Communication มาตรวจสอบข้อมูลที่สื่อสารว่าองค์ประกอบครบถ้วนหรือไม่ โดยองค์ประกอบหรือคุณสมบัติ 9 ประการของการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดนำมาใช้ในการสื่อสารไปยังประชาชนและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อการปฏิบัติงานที่สัมฤทธิ์ผล ประกอบด้วย

1. ชัดเจน (Clear) ในการสื่อสารไม่ว่าจะด้วยการพูดหรือการเขียน ข้อมูลที่สื่อสารต้องมีความชัดเจนซึ่งแบ่งออกได้เป็นสองลักษณะ คือ 1) ข้อมูลที่สื่อสารต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน ผู้รับข้อมูลควรเข้าใจได้ว่าทำไมพวกเขาจึงได้รับข้อมูลนี้และผู้สื่อสารต้องการอะไร หากการสื่อสารนั้นมีเป้าหมายหลายอย่าง ควรแยกเป้าหมายแต่ละอย่างออกจากกันให้ชัดเจน หากผู้สื่อสารมีเป้าหมายต้องการให้ผู้รับข้อมูลทำอะไร เป้าหมายนั้นต้องชัดเจนและหนักแน่นพอที่จะทำให้พวกเขาตัดสินใจทำ 2) เนื้อหาสาระของข้อมูลที่สื่อสารต้องชัดเจน พยายามหลีกเลี่ยงคำที่รู้กันเฉพาะภายในกลุ่ม (jargon) ควรใช้คำง่าย ๆ มีโครงสร้างประโยคที่ไม่วกวน และเน้นไปที่ประเด็นหรือแก่นของเนื้อหาสาระของข้อมูล อย่าปล่อยให้ผู้รับข้อมูลคิดหรือเข้าใจไปเองว่าผู้สื่อสารพยายามจะบอกอะไร ซึ่งข้อมูลที่ชัดเจนในการสื่อสาร ต้องมีลักษณะเข้าใจง่าย ชัดเจนในแนวคิด เด่นชัดในเนื้อหาสาระ และใช้คำที่มีความตรงตัว ไม่ต้องตีความจนอาจเกิดความเข้าใจผิด

2. ถูกต้อง (Correct) ความถูกต้องของข้อมูล หมายถึงเป็นข้อเท็จจริง (fact) และถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ เมื่อใดที่ผู้รับข้อมูลรู้สึกได้ว่าข้อมูลของผู้สื่อสารไม่ถูกต้อง ไม่ว่าจะโดยข้อเท็จจริงหรือไวยากรณ์ ภาษา พวกเขาจะลดความสนใจในข้อมูลนั้นลงรวมถึงหมดศรัทธาในตัวผู้สื่อสาร ผลก็คือความล้มเหลวหรือไม่บรรลุเป้าหมายในการสื่อสาร โดยข้อมูลที่ถูกต้อง ควรมีลักษณะคือ เป็นข้อมูลจริงที่ตรวจสอบได้ สร้างความมั่นใจแก่ผู้รับข้อมูลว่าไม่ได้ถูกหลอกให้หลงเชื่อ ใช้ภาษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ใช้ศัพท์เทคนิคที่เหมาะสมกับระดับการศึกษาและความรู้ของผู้รับข้อมูล

3. ครบถ้วน (Complete) การสื่อสารควรเป็นการส่งข้อมูลซึ่งเป็นข้อเท็จจริงทั้งหมดที่ผู้รับข้อมูลควรทราบ ความครบถ้วนนี้จะต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ซึ่งผู้สื่อสารจำเป็นต้องปรับความมากน้อยและรายละเอียดให้เหมาะสม ตัวอย่างเช่น 1) ผู้สื่อสารไม่ควรนำเสนอรายละเอียดในส่วนที่ขัดแย้งกับมุมมองและความรู้สึกนึกคิด (mindset) ของผู้รับข้อมูล 2) หากผู้สื่อสารต้องการให้ผู้รับข้อมูลกระทำการสิ่งหนึ่งสิ่งใด ควรให้แนวทาง (guidance) ที่ชัดเจนว่าควรทำอะไรและอย่างไร 3) ในกรณีที่เป็นการสื่อสารข้อมูลที่มีเนื้อหากว้างขวางครอบคลุม ควรให้ช่องทาง ที่ผู้รับข้อมูลสามารถเข้าไปศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองต่อไป ซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนในการสื่อสาร ควรมีลักษณะ 1) ข้อมูลนั้นต้องช่วยเพิ่มชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร 2) เนื้อหาสาระที่สำคัญไม่ตกหล่น 3) ให้ข้อมูลที่มากเพียงพอจนไม่เหลือคำถามที่ค้างคาใจ 4) ข้อมูลนั้นต้องช่วยให้ผู้รับข้อมูลสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นเนื่องจากได้รับข้อมูลที่จำเป็นครบถ้วนแล้ว และ 5) เป็นข้อมูลที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้รับข้อมูลลงมือทำสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการจะให้ทำ

4. หนักแน่นมีสาระ (Concrete) ข้อมูลควรมีความจำเพาะเจาะจง หนักแน่น มีสาระ ไม่คลุมเครือหรือกว้างจนเกินไป เหตุผลที่ยกมาประกอบจะต้องสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่เป็นแก่นของการสื่อสาร

และจะต้องมีตรรกะที่สมเหตุสมผล ช่วยเสริมให้ข้อมูลมีความหนักแน่นเป็นจริงเป็นจัง หลักฐานที่ยกมาประกอบจะต้องมาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ และถ้ามีตัวเลขหรือข้อมูลที่ไม่มีใครปฏิเสธได้มาประกอบด้วยจะดีมาก ซึ่งลักษณะของข้อมูลที่หนักแน่นมีสาระ ได้แก่ 1) มีข้อเท็จจริงหรือสถิติตัวเลขสนับสนุน 2) ไม่ใช่คำที่ลดความน่าเชื่อถือในข้อข้อมูลที่สื่อสาร เช่น อาจจะ, บางที, สันนิษฐานว่า, จะเป็นไปได้หรือไม่ที่ ฯลฯ และ 3) จำเพาะเจาะจงในประเด็นที่สื่อสาร มีความเป็นรูปธรรมในเรื่องที่สื่อสาร

5. กระชับ (Concise) ข้อมูลควรกระชับ ตรงประเด็น ไม่เยิ่นเย้อ หลีกเลี่ยงการใช้ประโยคยาว ๆ และพยายามส่งเนื้อหาออกไปโดยใช้คำให้น้อยที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้เพื่อหลีกเลี่ยงความสับสน อย่างกล่าวซ้ำไปซ้ำมาในเรื่องเดิม ๆ หรือใช้คำขยายจนกลายเป็นประโยคที่ซับซ้อนเพราะเกรงว่าผู้รับข้อมูลจะไม่เข้าใจ โดยข้อมูลที่กระชับ ต้องมีลักษณะคือ ใช้เวลาสั้น ๆ ในการทำความเข้าใจเป้าหมายและเนื้อหาสาระของข้อมูล 2) เนื้อหาสาระหลักได้ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ ไม่มีคำขยาย (filler words) ที่ไม่จำเป็น 3) ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่กระชับและจำเป็นสำหรับผู้รับข้อมูล และ 4) ไม่กล่าววนเวียนซ้ำแล้วซ้ำอีก

6. สมเหตุสมผล (Coherent) ข้อมูลที่สื่อสารควรมีตรรกะ มีความเป็นเหตุเป็นผล หัวข้อต่าง ๆ ที่นำเสนอควรเชื่อมโยงและสอดคล้องสัมพันธ์กับประเด็นหลัก อารมณ์และเนื้อหาควรมีความต่อเนื่องมุ่งเข้าหาข้อสรุปที่สร้างการยอมรับและคล้อยตาม ซึ่งข้อมูลที่สมเหตุสมผลในการสื่อสาร ควรมีลักษณะ 1) เน้นความเป็นเหตุเป็นผลของข้อมูล 2) สร้างมุมมองแนวคิดที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับเพื่อให้ได้รับการตอบสนองที่เป็นบวก และ 3) มองโลกในแง่ดี เน้นไปในสิ่งที่เป็นไปได้

7. มีมารยาท (Courteous) ข้อมูลที่สื่อสารควรมีลักษณะที่เป็นมิตร เปิดเผย ตรงไปตรงมา ไม่มีประเด็นซ่อนเร้นหรือเหน็บแนมก้าวร้าว ผู้สื่อสารควรทำให้ผู้รับข้อมูลรู้สึกได้ว่าได้รับความเคารพและไม่ถูกล่วงเกิน ควรเลือกใช้คำพูดที่สุภาพ ให้เกียรติ ไม่นำอคติใด ๆ มาบิดเบือนข้อมูลให้ผิดไปจากข้อเท็จจริง และควรสื่อสารจากมุมมองของผู้รับข้อมูลว่าผู้สื่อสารควรมีมารยาทต่อพวกเขาอย่างไร โดยข้อมูลที่มีมารยาทในการสื่อสาร ควรมีลักษณะ 1) คำนึงถึงความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติ ของผู้รับข้อมูล ไม่หักหาญหรือฝืนความรู้สึกนึกคิดของผู้รับ 2) ใช้คำในเชิงบวก เช่น พัฒนา, แก้ไข, ผูกพัน, สำเร็จ ฯลฯ โดยมุ่งให้ผู้รับข้อมูลเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้น 3) ใช้คำที่ให้เกียรติแก่ผู้รับข้อมูล 4) ไม่มีอคติในข้อมูลที่สื่อสาร

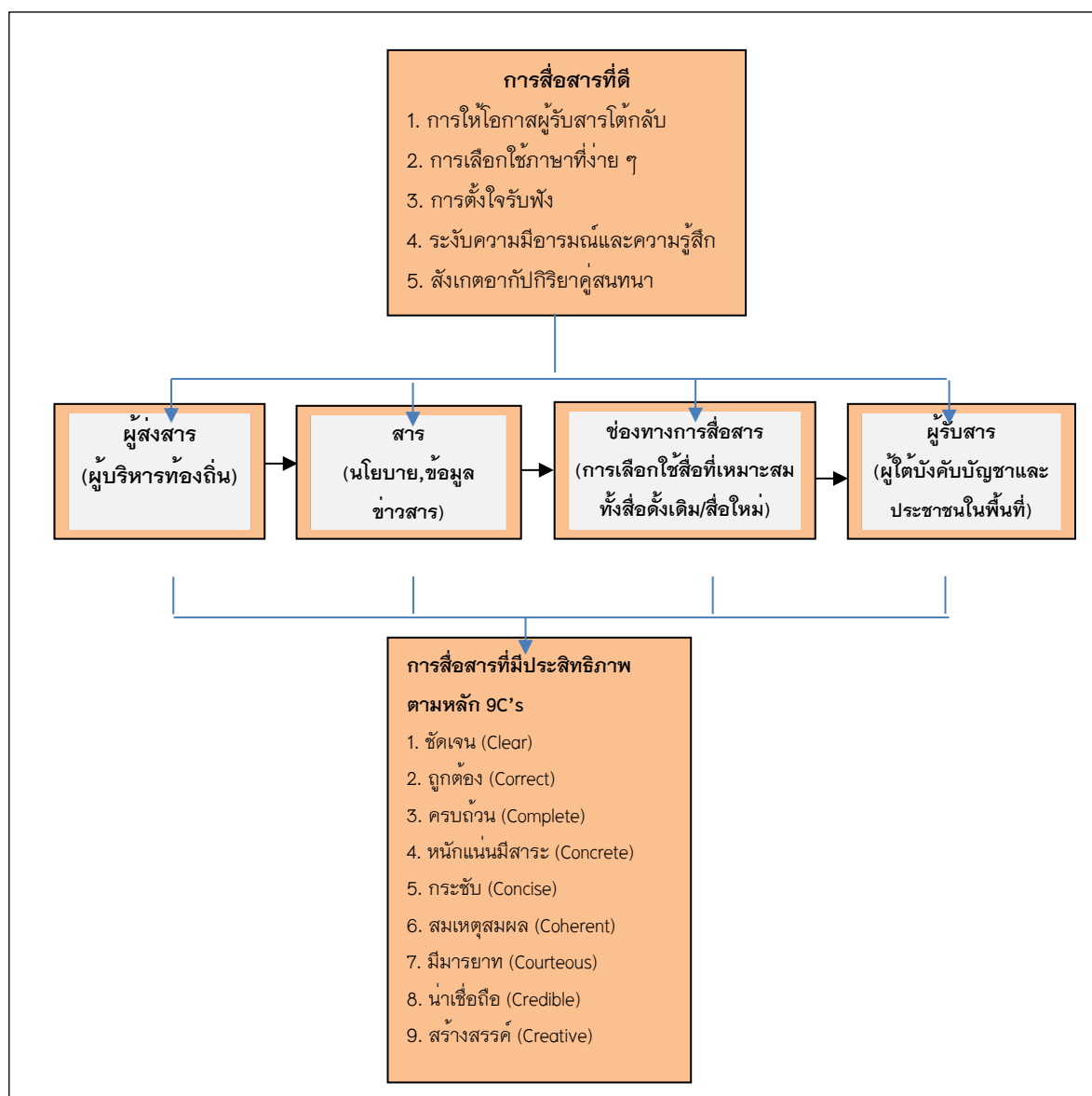
8. น่าเชื่อถือ (Credible) ข้อมูลที่น่าเสนอควรเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้สื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้รับข้อมูลยังไม่ค่อยรู้จักผู้สื่อสารมากนัก

9. สร้างสรรค์ (Creative) ข้อมูลที่น่าเสนอควรเป็นข้อมูลที่สร้างสรรค์ เป็นแนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งจะดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้มากกว่าเรื่องที่นำมากล่าวกันจนเบื่อ

องค์ความรู้ใหม่ และการนำไปใช้ประโยชน์

การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และมีความสำคัญต่อระบบการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป โดยเฉพาะในการเมืองระดับท้องถิ่น การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นมีความสำคัญและมีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การ

พัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีประสิทธิภาพหรือประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ หรือ การสื่อสารจะส่งผลให้การพัฒนาหยุดชะงัก ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรหรือการพัฒนาชุมชน ดังนั้นผู้บริหารท้องถิ่นควรมีการพัฒนาการสื่อสารเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง จำเป็นจะต้องมีการสื่อสารที่ดีและสามารถนำหลัก 9C's มาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่น เพื่อความสำเร็จขององค์กร ดังแผนภาพข้างล่างนี้



สรุป

การสื่อสารสำหรับผู้บริหารท้องถิ่น เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายทั้งในมิติการเมืองการปกครอง สังคม และ เศรษฐกิจ เพราะผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องสื่อสารภายในองค์กรที่ตนเองเป็นผู้บริหารองค์กร และต้องสื่อสารกับประชาชนในฐานะที่ตนเองเป็นตัวแทนของประชาชนที่เข้ามาพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้นทั้งสองส่วนผู้รับสารมีความ

แตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นผู้ส่งสาร เป็นองค์ประกอบแรกของกระบวนการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารหรือผู้บริหารท้องถิ่นสามารถนำหลัก 9 C's of Communication มาใช้ประยุกต์ใช้อย่างเข้าใจ และปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ย่อมส่งผลให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพและจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างแน่นอน

เอกสารอ้างอิง

- Agree, W. K., Ault, P. H., & Emery, E. (1976). *Introduction to mass communication*. Harper & Row.
- Almond, G. A., & Powell, G. B., Jr. (1980). *Comparative politics today: A world view*. Little, Brown & Co.
- Boonkob, P. (2015). Local innovation regarding budget preparation for local development: Study only the case of Sisaket Municipality. *Journal of Legal Social Science Chiang Mai University*, 8(1), 198–223.
- Damchap, W. (2017). Technology in the digital age. *Sripatum Interdisciplinary Studies, Chonburi*, 3(1), 16–30.
- Denton, R. E., & Woodward, G. C. (1990). *Political communication in America*. Praeger.
- Deustch, K. W. (1966). *The nerves of government: Models of political communication and control*. The Free Press.
- Kongphetdit, C., & Chanthuk, T. (2016). Change management: The role of leadership and communication in organizations. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 895–919.
- Narinson, Y. (2020). Local leaders and communication. *Journal of Humanities and Social Sciences, MCU Isan Campus*, 1(3), 38–44.
- Nonthachit, W. (2015). Political communication and political participation in local government. *Journal of Public and Private Sector Management Innovation*, 3(1), 34–49.
- Pares I Maicas, M. (1992). *Introduction a la communication social*. ESRPPPU.
- Phuangngam, K. (2009). *New dimensions of local government: Vision of decentralization and local administration* (5th ed.). Winyuchon.
- Pranamchakko, K., & Jongsomchai, C. (2016). Problems of budget management of subdistrict administrative organizations in Si Somdet District, Roi Et Province. *Journal of Politics and Governance*, 6(1), 202–212.
- Pye, L. W. (1972). *Introduction in communication and political development*. Princeton University Press.
- Sompornchaikit, P., & Lertchanyarak, O. (n.d.). *Communication within the organization of the municipal office*, Bangkok [Master's thesis, Thammasat University].

- Sothanasathien, S. (1998). *Communication and politics* (3rd ed.). Prasitphan & Printing.
- Surachaikulwattana, M. (2014). Communication model for building the image of local leaders in Nakhon Pathom Province. *E-JODIL Journal*, 4(1), 36–46.
- Thamson, T., & Dokthaisong, B. (2015). Political leadership of the mayor in the administration of the sub–district municipality in the upper northern region. *Faculty of Business Administration Academic Journal, Rajamangala University of Technology Thanyaburi*, 10(1), 171–190.
- Wisuttho, B. (2022). Political communication in the digital age. *Journal of Local Administration and Innovation*, 6(1), 109–120.
- Wongmontha, S. (1994). *Application of theory in communication: Principles and theories of communication*. Sukhothai Thammathirat Open University.