

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรี นครเชียงใหม่ วันที่ 4 ตุลาคม 2552” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ทั้ง 10 ราย ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน จำนวน 60 ราย และสื่อมวลชน 6 ราย โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นประเด็นต่างๆ จากข้อมูลการสัมภาษณ์ ได้วิเคราะห์ผล เป็น 4 ส่วน ดังนี้คือ

- ส่วนแรก เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ตำแหน่งในชุมชน
- ส่วนที่สอง เป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ของผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน
- ส่วนที่สาม เป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่
- ส่วนที่สี่ เป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ของสื่อมวลชน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ตาราง 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ข้อมูล	ชาย	หญิง	รวม
เพศ	42	34	76
อายุ			
ระหว่าง 20-25 ปี	8	5	12
ระหว่าง 26-30 ปี	9	6	15
ระหว่าง 31-40 ปี	13	9	22
ระหว่าง 41-50 ปี	10	14	23
ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป	3	-	3
สถานภาพสมรส			
โสด	15	13	28
คู่	16	19	35
หม้าย	2	2	4
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	12	23
ปริญญาตรี	13	17	30
สูงกว่าปริญญาตรี	6	8	14
รายได้			
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3	2	5
5,000-10,000 บาท	9	8	17
10,000-20,000 บาท	12	10	22
20,000-50,000 บาท	8	6	14
50,000 บาท ขึ้นไป	7	2	9

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูล	ชาย	หญิง	รวม
อาชีพ			
รับราชการ	1	2	3
นักธุรกิจ	10	6	16
ค้าขาย	6	12	18
ธุรกิจส่วนตัว	15	6	21
นักการเมือง	2	1	3
สื่อมวลชน	4	2	6
แพทย์	1	-	1
ทนายความ	1	-	1
นักศึกษา	2	1	3
รับจ้าง	3	1	4
ตำแหน่งในชุมชน			
ประธานชุมชน	13	7	20
ประธาน อสม.	4	9	14
ประธานผู้สูงอายุ	3	2	5
ประธานสตรี	-	7	7
ประธานกองทุนหมู่บ้าน	2	2	4
ประธานบ้านมั่นคง	5	-	5
ประธานSML	3	2	7
อื่นๆ (ผู้สมัคร, สื่อมวลชน)	11	5	16

จากตาราง 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ทำการศึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 76 คน เป็นเพศชาย 42 คน เพศหญิง 34 คน มีอายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 23 คน และ 22 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสอยู่ 35 คน รองลงมา มีสถานภาพโสด 28 คน และหม้าย 4 คน จากการเสียชีวิตของกลุ่มสมรส ด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี จำนวน 30 คน รองลงมาจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี 23 คน (ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 8 คน ปวช. และมัธยม 6 จำนวน 8 คน และต่ำกว่ามัธยม 6 จำนวน 7 คน) และสูงกว่าปริญญาตรี 14

คน (ปริญญาโท 9 คน ปริญญาเอก 5 คน) ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 22 คน รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท และรายได้ระหว่าง 20,000-50,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 17 คน และ 14 คน ตามลำดับ ส่วนรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด โดยที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 21 คน ค้าขาย 18 คน นักธุรกิจ 16 คน โดยที่อาชีพแพทย์ และทนายความมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คนเท่ากัน อย่างไรก็ตามตำแหน่งในชุมชนของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่า มีตำแหน่งเป็นประธานชุมชนมากที่สุด 20 คน รองลงมาคือ ประธาน อสม. จำนวน 14 คน ส่วนตำแหน่งประธานสตรี และประธาน SML มีจำนวนเท่ากัน คือ 7 คน เช่นเดียวกับประธานผู้สูงอายุ และประธานบ้านมั่นคงมีจำนวนเท่ากัน คือ 5 คน ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ของประธานชุมชน และผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นก่อนนโยบายการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน สรุปได้ว่า นโยบายส่วนใหญ่ของผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นนโยบายที่ดี และมีประโยชน์ต่อประชาชน เป็นนโยบายที่มีความครอบคลุมในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการแพทย์และสาธารณสุข ด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งนโยบายการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นการแสดงสัจจะที่ผู้สมัครมีต่อประชาชนว่าจะทำตามนโยบายที่ให้ไว้ในตอนหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งนโยบายในการหาเสียงของผู้สมัครในแต่ละเบอร์มีความคล้ายคลึงกันแต่มีดีคนละด้าน ผู้สมัครบางคนดี และดีเกินความสามารถในการที่จะปฏิบัติได้ตามที่ให้นโยบายไว้ในตอนหาเสียง จากการสัมภาษณ์ประธานชุมชน และประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชน 4 แขวง สรุปได้ว่าความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันนั่น คือ นโยบายในการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่เป็นนโยบายที่ดีมีประโยชน์ต่อประชาชนอีกทั้งนโยบายมีความครอบคลุมในทุกๆ ด้าน โดยที่มีการชื่นชมนโยบายของผู้สมัครบางท่านเป็นพิเศษอยู่บ้าง

“นโยบายของเบอร์ 7 มีความน่าสนใจชัดเจนดี และมาเยี่ยมเยียนที่ชุมชนบ่อย อีกทั้งทีมงาน ส.ท. ก็เก่งๆ ทุกคน”

“นโยบายของผู้สมัครแต่ละคนดี มีความโดดเด่นคนละอย่าง แต่หมายเลข 6 มีความครอบคลุมในด้านที่เป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านมาก”

แต่ยังมีความเห็นที่เพิ่มเติมในแต่ละประเด็น โดยที่ในแขวงกาวิละยังมีความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า นโยบายจะมีทั้งลักษณะเป็นการพัฒนาเชิงก้าวหน้า ผสมผสานกับเชิงอนุรักษ์ ทั้งด้านวัฒนธรรม ประเพณี ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติควบคู่กัน

“นโยบายดีทุกคน พยายามจะพัฒนาสิ่งต่างๆ ให้กับบ้านเมือง โดยที่ยังไม่ลืมถึงเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมของเชียงใหม่เรา”

“ดีๆ ทั้งนั้น แต่ชอบที่มีการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไปด้วย เพราะอีกหน่อยจะไม่มีเหลือให้ลูกหลานเราได้ดูกัน”

อย่างไรก็ดี ผู้ตอบแขวงนครพิงค์ยังมีความคิดเห็นในส่วนที่มองลึกลงไปถึงการแข่งขันกันของผู้สมัครด้วยว่า ผู้สมัครแต่ละคนต่างพยายามคิดหา นโยบายต่างๆ นานา เพื่อมาแข่งขันกับผู้สมัครเบอร์อื่นว่าใครจะสามารถนำเสนอสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ มาสร้างคะแนนเสียงให้กับตนเองได้มากกว่ากัน และใครจะโดนใจประชาชนมากกว่ากัน แต่มีผู้สมัครบางคนมีความชัดเจนในด้านนโยบาย และแยกเป็นสัดส่วนเป็นส่วนในแต่ละประเด็นอย่างชัดเจน ซึ่งนอกจากความเห็นที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันของทั้งสี่แขวงแล้ว ผู้ตอบการสัมภาษณ์ในแขวงศรีวิชัยยังมีความเห็นเพิ่มเติมโดยมีการเปรียบเทียบนโยบายของผู้สมัครกับการโฆษณาสินค้า คือ นโยบายในการหาเสียงของผู้สมัคร ล้วนเป็นนโยบายที่ดี และมีประโยชน์ต่อประชาชน พยายามดึงดูดความสนใจของประชาชนให้ได้มากที่สุด เปรียบเหมือนกับการโฆษณาสินค้าชวนเชื่อ ที่พยายามดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาซื้อของๆ ตน ด้วยการบรรยายถึงสรรพคุณต่างๆ นานา ว่าสินค้าของตนนั้นดีมีประโยชน์ และสามารถใช้อะไรประโยชน์ได้หลายอย่าง

“นโยบายที่แต่ละคนมาหาเสียงก็เหมือนกับการโฆษณายของที่มีแต่สิ่งล่อใจให้ซื้อ แต่ต่างกันตรงที่หือแค่นั้นเอง”

นอกจากที่กล่าวข้างต้นแล้ว ความเห็นร่วมกันของผู้ตอบการสัมภาษณ์ทั้ง 4 แขวงยังมีความเห็นอีกประเด็นว่า เมื่อได้รับการเลือกตั้งให้ได้เข้าไปเป็นนายกเทศมนตรีแล้ว คงไม่สามารถปฏิบัติตามนโยบายที่ให้ไว้ในกาหาเสียงได้ หรือถ้าปฏิบัติได้ก็ไม่สามารถปฏิบัติได้ทั้งหมด เพราะเป็นนโยบายที่เลิษฐเกินกว่าที่จะสามารถทำได้จริง หรือแค่เวลาจะเข้าพบเพื่อขอความช่วยเหลือเวลาประชาชนเดือดร้อนยังสามารถทำได้ยาก

“มีทั้งนโยบายดี และนโยบายที่เกินความสามารถในการทำถ้ามีโอกาสได้รับเลือก เช่น การสร้างโรงพยาบาล คิดว่าเป็นนโยบายที่เกินความสามารถของเทศบาลและของผู้สมัคร”

“กลัวว่านโยบายที่ดูสวยหรูมีแต่สิ่งที่ดีๆ มาให้ประชาชน พยายามดึงดูตใจคนให้เลือก พอเลือกเข้าไปแล้วก็หายหน้าหายตา ไม่ได้ทำอะไรเลย”

“ชอบการเลือกตั้งครั้งนี้ เพราะแต่ละคนพยายามหานโยบายดีๆ มาแข่งกัน ผลดีก็ตกอยู่กับพวกเราแหละ เพราะจะได้มีเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นถ้าเขาทำได้อย่างที่พูดไว้”

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งประสบความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ซึ่งส่วนใหญ่มีความเห็นว่าฐานเสียงและเงินเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้สมัครประสบความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้ง นั่นคือ ถ้าฐานเสียงหนาแน่น โอกาสได้รับชัยชนะก็จะมีสูง และยิ่งถ้ามีเงินทุนมาก โอกาสก็จะยิ่งมากขึ้น แต่ปัจจัยสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งประสบความสำเร็จในการเลือกตั้ง นั่นคือ ต้องมีความจริงใจต่อประชาชน และตั้งใจจริงในการทำงาน มีความมุ่งมั่นในการทำงาน ไม่มีสิ่งอื่นแอบแฝง มีความโปร่งใสไม่ทุจริตโกงกิน อีกทั้งปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และผลงานเดิมที่เคยทำไว้ต่อสายตาประชาชน นอกจากนั้น กระแสการเมืองในระดับชาติก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกตั้งในครั้งนี้ รวมถึงการเข้าหาพบปะ ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับภาพลักษณ์ของผู้สมัครเอง และการมีนโยบายในการหาเสียงที่โดนใจประชาชน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง 4 แขวง สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชน พบว่า แขวงเมืองราย แขวงกาวิละ และแขวงศรีวิชัย ส่วนใหญ่มีความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมองว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการเลือกตั้งนั้นมีอยู่สามประการด้วยกัน นั่นคือ เงิน หรือฐานะทางเศรษฐกิจของตัวผู้สมัคร ซึ่งกล่าวว่าใครมีเงินมากกว่าผู้นั้นก็ย่อมจะมีโอกาสในการได้รับชัยชนะมากกว่า รวมถึงฐานเสียง ฐานมวลชนของตัวผู้สมัครเอง และกระแสการเมืองในระดับชาติ ซึ่งนั่นก็คือ การที่มองว่าผู้สมัครสังกัดอยู่ในพรรคการเมืองพรรคใดหรือไม่ มีผู้ให้การสนับสนุนเป็นนักการเมืองที่มีชื่อเสียงหรือไม่

“เงินกับมวลชนน่าจะมีส่วนสำคัญที่สุดที่จะทำให้มีโอกาสชนะ เพราะถ้าเงินมากก็สามารถทุ่มเงินหาเสียงได้มาก และโอกาสซื้อหวัคะแนนก็มากด้วย”

“เข้ากับชุมชนได้สำคัญ การมีเงินมากก็สำคัญ และยิ่งถ้ามีพรรคการเมืองหนุนหลังด้วย ยิ่งไปอีกใหญ่”

ถึงกระนั้นยังมีความเห็นเพิ่มเติมจากแขวงนครพิงค์ ซึ่งนอกจากจะเห็นคล้ายๆ กับทั้งสองแขวงข้างต้นว่าเงินทุน และฐานเสียงของผู้สมัครแล้วสิ่งสำคัญอีกประการนั้นคือ ความจริงใจ และความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้สมัครทุกคนต้องมี

“ฐานมวลชนี่สำคัญ เป็นคนเสมอต้นเสมอปลายจริงใจกับชาวบ้านทำให้ชาวบ้านรัก”

อย่างไรก็ดี แม้ว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ยังมีผู้ตอบการสัมภาษณ์ในแขวงนครพิงค์ที่มองว่า แค่การมีมวลชนสนับสนุน มีเงินมาก มีคนใหญ่คนโตให้การสนับสนุนแล้วนั้น ปัจจัยสำคัญอีกประการนั้นคือ ความเป็นคนโปร่งใสไม่ทุจริต พุดจริงทำจริง

“จะมีเงินมากมายแค่ไหน แต่ถ้าเข้าไปทำงานแล้วเข้าไปโกงกินไม่มีความจริงใจกับชาวบ้านก็ไม่มีประโยชน์อะไรหรอก”

“มีหลายปัจจัยที่สำคัญแต่ถึงจะเป็นคนเก่ง คนดีแค่ไหนถ้าไม่มีความจริงใจเข้าไปเพื่อหวังกอบโกยผลประโยชน์ก็พัง”

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับความสนิทสนมของผู้นำชุมชนและผู้ในกลุ่มต่างๆ ในชุมชน กับผู้สมัครนายกเทศมนตรี สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้สนิทสนมกับผู้สมัครท่านใดเป็นการพิเศษ สามารถทำงานได้กับผู้บริหารทุกคน ไม่เลือกสนิทกับผู้ใดเป็นพิเศษ วางตัวเป็นกลางเข้าได้กับทุกคน ไม่ปิดกั้นผู้สมัครคนใดถ้ามีความสามารถ และถ้าใครทำประโยชน์ให้กับประชาชนก็ยินดีให้ความร่วมมือสนับสนุน และจากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง 4 แขวง สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบการสัมภาษณ์ทั้ง 4 แขวง คือ แขวงเมืองราย แขวงกาวิละ แขวงนครพิงค์ และแขวงศรีวิชัย ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการสนิทสนมกับผู้สมัครหมายเลขใดเป็นพิเศษ เพราะสามารถทำงานร่วมกับทุกคนได้ไม่ว่าใครจะได้รับเลือกตั้ง แต่มีบางส่วนที่มีความสนิทสนมกับผู้สมัครบางราย เนื่องจากไปมาหาสู่กันตั้งแต่สมัยเคยดำรงตำแหน่งรองนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ และบางส่วนก็เพียงแค่รู้จัก เคยพบกันตามงานต่างๆ เพราะผู้สมัครส่วนใหญ่ก็เป็นคนที่เคยผ่านเวทีการเมืองในระดับท้องถิ่นกันมาจนเป็นที่รู้จักคุ้นหน้าคุ้นตาประชาชน

“ไม่ได้สนิทกับใครพิเศษ แต่จะคุ้นเคยกับเจ๊ปุย เบอร์ 7 ตั้งแต่เป็นรองนายกฯ เพราะมางานในชุมชนบ่อย”

“รู้จักเบอร์ 1 2 6 7 เพราะเคยร่วมงานในสมัยเป็นนายกฯ และรองนายกฯ แต่ไม่ได้สนิทกับใครคนใดคนหนึ่งมากมาย”

นอกจากสามารถทำงานร่วมกัน ได้กับผู้สมัครท่านใดก็ตามที่ได้เข้ามารับตำแหน่ง แต่มีผู้สมัครบางรายที่คอยให้การช่วยเหลือ และมางานในชุมชนอยู่เสมอๆ ซึ่งมีผู้ตอบการสัมภาษณ์ของแขวงนครพิงค์ให้ข้อมูลว่า

“จะมีเบอร์ 6 รองพรชัยที่มาร่วมงานในชุมชนบ่อย และเวลาขอความช่วยเหลือก็จะให้การช่วยเหลืออย่างดี”

แต่ผู้ตอบการสัมภาษณ์ ส่วนหนึ่งของแขวงศรีวิชัย ซึ่งถึงแม้ว่าไม่ได้มีความสนิทสนมกับผู้สมัครท่านใดเป็นพิเศษ แต่ก็มี ความสนิทสนมคุ้นเคยกับทีมงานของผู้สมัคร

“สนิทกับรองคุ้ม ซึ่งรองคุ้มก็ช่วยเบอร์ 7 แต่ไม่ได้สนิทสนมกับเบอร์ 7 โดยส่วนตัวแค่รู้จักคุ้นหน้าคุ้นตากัน”

อย่างไรก็ดีทั้ง 4 แขวงมีความเห็นตรงกันคือ จะเป็นใครได้รับตำแหน่งนายกฯ เพียงตั้งใจทำประโยชน์ให้กับชาวบ้าน แต่ในการเลือกตั้งทุกครั้งผู้สมัครส่วนใหญ่จะลงชุมชนให้การพบปะช่วยเหลือคนชุมชนโดยเฉพาะช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง

“ส่วนใหญ่ก็คุ้นหน้าคุ้นตา ไม่ได้สนิทสนมกับใครมากมาย ใครได้รับเลือกมาก็ต้องร่วมงานกันได้ เราก็มักทำตามหน้าที่”

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับผู้สมัครที่คอยให้ความช่วยเหลือชุมชนและลงชุมชนอยู่ตลอดเวลา สรุปได้ว่าไม่มีผู้สมัครท่านใดให้การสนับสนุนชุมชนเป็นพิเศษ แต่จะลงชุมชนในช่วงการหาเสียงทุกราย จะมีก็เบอร์ 1 2 4 6 7 ลงชุมชนบ่อยในช่วงหาเสียง และเมื่อมีการชี้แจงนโยบาย ซึ่งส่วนใหญ่จะลงชุมชนก็ต่อเมื่อได้ผลประโยชน์จากชาวบ้านเท่านั้น ส่วนผู้สมัครเบอร์ 1 คอยให้การสนับสนุนด้านกิจกรรมต่างๆ สมัยเป็นนายกฯ รวมถึงเบอร์ 7 ให้ความช่วยเหลือชุมชนโดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ลงชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ในการนี้

ผู้ตอบส่วนใหญ่ไม่ได้รับการช่วยเหลือเป็นพิเศษจากผู้สมัครหมายเลขใด และจากการสัมภาษณ์ ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง 4 แขวง สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบการสัมภาษณ์ทั้ง 4 แขวงส่วนใหญ่มีความเห็นในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสรุปได้ว่า ผู้สมัครส่วนใหญ่จะลงชุมชนให้การพบปะช่วยเหลือคนในชุมชนเฉพาะช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง ไม่ได้มีผู้สมัครคนใดให้การช่วยเหลือชุมชนเป็นพิเศษ แต่จะมีบ้างที่มาร่วมงานในชุมชนตั้งแต่สมัยที่ยังดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ และบางรายสมัยดำรงตำแหน่งในทีมผู้บริหารของเทศบาลนครเชียงใหม่ แต่ก็ไม่ได้มาพบปะชุมชนอย่างสม่ำเสมอ บางท่านก็มาชุมชนก็แค่เพียงมาพบปะกับหัวหน้าคณะของตนเอง

“เห็นพอจะเลือกตั้งที่ไรก็ได้เห็นหน้าเห็นตากันที่ แต่พอได้เข้าไปเราต้องไปขอเข้าพบที่เทศบาลฯ กว่าจะเจอก็ยาก”

“ดร.แปง มาชุมชนบ่อยนะตอนเป็นนายก มาเปิดงานหลายต่อหลายงานแต่หลังจากนั้นก็ไม่ค่อยได้เจอ”

ส่วนในแขวงเมืองราย จะมีผู้สมัครที่ลงมาในชุมชนค่อนข้างบ่อย เนื่องจากเป็นบ้านของผู้ปกครองครัว ซึ่งเป็นคนในแขวงเมืองราย ทำให้รู้จักคุ้นเคยกัน

“เห็นจะมีก็เจ๊ป๋วยที่มาร่วมงานต่างๆ งานโน้นงานนี้บ่อยๆ ถ้าไม่ได้มาเองก็จะเป็นโก มาแทน”

จะมีผู้สมัครบางท่านที่ไปพบปะแสดงตนกับประชาชนบ่อย โดยไปร่วมงานต่างๆ ที่ชุมชนจัด เช่น งานกีฬา งานแต่งงาน และงานศพ และผู้สมัครบางคนก็ลงชุมชนเพียงเพื่อไปพบปะกับหัวหน้าคณะของตนเอง ซึ่งผู้ตอบการสัมภาษณ์แขวงนครพิงค์กล่าว

“มีรองฯ พรชัย เบอร์ 6 ที่มาร่วมงานชุมชนบ่อย ถ้าไม่ว่างก็จะฝากของฝากของมาช่วยงาน”

“บางคนมาในชุมชนเห็นมาแต่บ้านหัวหน้าคณะของตัวเอง ไม่เห็นมาทักทายชาวบ้านเลย”

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุด ที่ผู้สมัครใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง สรุปได้ดังนี้ ส่วนใหญ่เห็นว่ากลยุทธ์ที่ดีที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ชี้แจงนโยบายเพื่อให้ชาวบ้านเข้าถึงข้อมูล การมีนโยบายที่ครอบคลุมทุกด้าน และ

สามารถทำได้จริงเมื่อ ได้มีโอกาสเข้ามาทำหน้าที่ อีกทั้งการ โฆษณา เช่น การแห่ป้ายโฆษณา มีรูปที่ชัดเจน นโยบายที่ชัดเจน โดดเด่น และมีรูปร่างหน้าตาของผู้สมัคร ที่สำคัญอีกอย่างคือ การลงชุมชน เพื่อพบปะชาวบ้านโดยตรง เป็นการแสดงวิสัยทัศน์คอยให้ความช่วยเหลือชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านรู้จักและเป็นกันเอง กลยุทธ์พบปะชุมชนควรจะเป็นการเดินทางหาเสียงโดยตัวผู้สมัครเอง ควรมีการปราศรัยตามชุมชนอย่างสม่ำเสมอต้นเสมอปลาย พูดเด่นนโยบายของตนเองไม่โจมตีผู้อื่น ที่สำคัญต้องเป็นคนมีคุณธรรม จริยธรรม มีความจริงใจในการทำงาน พูดจริงทำจริง เพราะแสดงถึงความจริงใจของผู้สมัคร อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยมีการแต่งตัวแบบแปลกๆ และมีรถแห่เพราะเป็นจุดสนใจของชาวบ้าน ที่สำคัญการ โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ต้องทำหลายอย่างพร้อมกัน เช่น ประชาสัมพันธ์ ใบปลิว ป้าย สื่อต่างๆ และการลงชุมชน เช่น รถแห่ของแต่ละเบอร์ ติดป้ายประชาสัมพันธ์แล้วลงไปชุมชน เพื่อชี้แจงนโยบายของผู้สมัครแต่ละเบอร์ด้วยความจริงใจและเต็มใจ และจากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง 4 แขวง สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ประธานชุมชน และประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง 4 แขวง มีความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า กลยุทธ์ที่ดีที่สุด คือ กลยุทธ์การลงชุมชน ขยับลงชุมชนเข้าหาพบปะชาวบ้าน มีกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านสร้างมิตรภาพที่ดีต่อกัน ได้รู้จักคุ้นเคย เพราะจะเป็นการสร้างคะแนนนิยมให้กับตัวผู้สมัคร

“วิธีไหนๆ ก็สู้การมาเยี่ยมเยียนชาวบ้าน มาสร้างความรู้จัก แสดงมิตรไมตรีต่อกันไม่ได้หรอกครับ”

“การลงมาพบปะพูดคุยกับชาวบ้านโดยตรงนี้แหละ จะได้เห็นหน้าเห็นตากัน และพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นกันได้บ้าง”

“เดินตามบ้านลี จะได้รู้ถึงความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ได้เห็นปัญหาของชาวบ้านเอาแต่พูดแต่ก็ไม่เห็นความเป็นอยู่ที่แท้จริง”

แต่ผู้ตอบการสัมภาษณ์ในแขวงกาวิละยังมีความเห็นที่เพิ่มเติมด้วยว่า นอกจากการลงชุมชนแล้วยังมี “กลยุทธ์การปราศรัยต่อสาธารณะชน” เพราะว่าจะทำให้ประชาชนได้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของผู้สมัคร ได้เห็นบุคลิกลักษณะ รวมถึงความสามารถในการพูดต่อหน้าประชาชน ซึ่งคล้ายกับแขวงศรีวิชัยที่เห็นว่า นอกจากการลงชุมชนแล้วกลยุทธ์การ โฆษณาถึงทีมงาน และประสบการณ์การทำงาน และประสบการณ์การบริหารก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน ใดๆก็ดียีกส่วน

หนึ่งของแขวงเมืองราย และแขวงนครพิงค์ เห็นว่า “กลยุทธ์การมีนโยบายที่โดนใจ” ซึ่งมีความโดดเด่น เข้าใจง่าย ชัดเจน ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดให้ประชาชนมีความต้องการให้ผู้สมัครคนที่นโยบายดี ๆ มาเป็นนายกฯ แล้วจะได้อำนาจทำตามที่เขาเสียใจไว้

ส่วนกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมที่ผู้สมัครไม่ควรนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งที่ทั้ง 4 แขวง ยังคงมีความเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การใช้เงินซื้อเสียง เพราะผู้สมัครไม่ได้ใช้ความสามารถที่แท้จริง และเมื่อเข้ามาดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีจะทำให้เข้ามาครอบงำผลประโยชน์กัน

“กลยุทธ์ก็แตกต่างกันบ้างแต่ละคน แต่ถ้าเอาเงินมาซื้อเสียงนี้คงไม่ชอบเพราะเดี๋ยวนี้มันหมดสมัยกันแล้ว”

“อยากให้คุณที่เข้าไปเป็นนายกฯ หนึ่งด้วยความโปร่งใส ไม่ชอบการใช้เงินซื้อเสียง”

ความเห็นอีกส่วนหนึ่งของผู้ตอบการสัมภาษณ์แขวงกาวิละ และแขวงศรีวิชัย ที่มีความเห็นคล้ายๆ กัน คือ การใช้กลยุทธ์ในการ โจมตีให้ร้ายผู้สมัครคนอื่นด้วยกลวิธีต่างๆ ซึ่งไม่ควรนำมาใช้โดยมุ่งหวังเพื่อสร้างคะแนนให้กับตนเอง แต่ไปทำลายผู้อื่น อย่างไรก็ตามก็มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งในครั้งนี้ กับพัฒนาการทางการเมืองการปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ในแขวงเมืองราย มีความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของแขวงอื่นๆ อีก 3 แขวง ซึ่งส่วนใหญ่ก็มีความเห็นในแนวเดียวกัน ว่ามีพัฒนาการทางการเมืองมากขึ้น มีการแข่งขันกันมากขึ้น และการแข่งขันอำนาจก็สูงมากตามมาด้วย แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งของผู้ตอบการสัมภาษณ์แขวงเมืองรายที่มีความคิดเห็นว่ายังล่าช้าอยู่ ไม่มีความแตกต่างไปจากแต่ก่อนเท่าใดนัก

“ก็เหมือนกับทุกๆ ครั้งที่ผ่านมา พอมีเลือกตั้งก็ออกมาเดินขบวนหาเสียงที่ ไม่ได้มีอะไรแตกต่างไปจากเดิมเลย”

สรุปได้ว่าการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นด้านนโยบายในการหาเสียงของผู้สมัครที่มองว่าคล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นลักษณะของนโยบายที่ดีมีประโยชน์มีความครอบคลุมในทุกๆ ด้าน ซึ่งก็มีกลุ่มคนที่มีความเห็นเพิ่มเติมที่น่าสนใจว่า มีการเน้นความสำคัญกับด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งประเด็นนี้น่าสนใจตรงที่เพราะอะไรผู้สมัครหลายรายจึงมีนโยบายในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งนั่นก็หมายถึงว่ามุ่งหวังให้สุขภาพชีวิตของคนเชียงใหม่ดีขึ้น ปลอดภัยจากมลภาวะต่างๆ กับวิถีชีวิตความเปลี่ยนแปลงที่คนเชียงใหม่ต้องเร่งรีบ เพื่อศึกษาเล่าเรียน และทำงาน โดยมุมมองนี้สะท้อนแนวคิด

พฤติกรรมทางการเมืองของชนชั้นกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ต้องประกอบอาชีพ มีรายได้ และเริ่มมีการดูแลเอาใจใส่ด้านสุขภาพมากขึ้น รวมถึงกลุ่มคนที่มีความเห็นเปรียบเทียบ นโยบายของผู้สมัครกับการโฆษณาสินค้า ที่พยายามดึงดูดใจลูกค้า ตรงจุดนี้น่าสนใจตรงที่กลุ่มคนกลุ่มนี้เริ่มเห็นถึงกลยุทธ์ของผู้สมัครที่พยายามดึงดูดใจให้มาเลือกตนเองในทุกๆ วิถีทางซึ่งถึงปมไฉไลถึงการตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่เป็นการศึกษาถึงปฏิกริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมือง เช่น กลุ่มคนต่อกลยุทธ์ของการหาเสียงของผู้สมัคร

แต่มีประเด็นน่าสนใจส่วนที่เป็นเหมือนลักษณะคำถามปลายเปิดที่ผู้ให้ข้อมูลทั้งคำถามไว้เพื่อรอการตอบจากผู้สมัคร นั่นคือ เมื่อได้รับการเลือกตั้งแล้ว จะสามารถปฏิบัติตามนโยบายที่ไว้ไว้ในการหาเสียง ได้หรือไม่ เพราะบางนโยบายเป็นนโยบายที่เลศหลอเกินกว่าที่จะสามารถทำได้จริง โดยส่วนใหญ่มองว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ได้รับชัยชนะในการหาเสียงเลือกตั้งมีอยู่สามประการ นั่นคือ เงิน ฐานเสียง และโดยมีประเด็นปัจจัยที่น่าสนใจคือ กระแสของการเมืองในระดับชาติ หรือการสังกัดพรรคการเมือง ซึ่งส่วนหนึ่งก็เห็นเพิ่มเติมถึงเรื่องของความจริงใจ และความซื่อสัตย์สุจริต ที่ผู้สมัครทุกคนต้องมี และที่แตกต่างเพิ่มเติมอีกประการนั้นคือ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านความโปร่งใสไม่ทุจริต ซึ่งนั่นเป็นอีกประเด็นที่สามารถนำมาตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยถึงปฏิกริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมืองว่ากลุ่มคนมีความรู้สึกชอบ ไม่ชอบกลยุทธ์ใดและอยากเข้าไปกำหนดคุณลักษณะของตัวผู้นำมากขนาดไหน โดยในที่นี้ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการสนิทสนมกับผู้สมัครคนใดเป็นพิเศษ เพราะสามารถทำงานร่วมกับทุกคนได้ไม่ว่าใครจะได้รับเลือกตั้ง ในการนี้ผู้สมัครส่วนใหญ่จะลงชุมชนพบปะช่วยเหลือคนในชุมชนเฉพาะช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง ไม่ได้มีผู้สมัครคนใดให้การช่วยเหลือชุมชนเป็นพิเศษ

จุดน่าสนใจอยู่ตรงที่ความเห็นต่อกลยุทธ์ของผู้สมัครนั้น เห็นได้ว่าผู้ตอบการสัมภาษณ์ยังคงมีความคุ้นเคยกับกลยุทธ์เดิมๆ ที่ปฏิบัติกันมา ซึ่งส่วนใหญ่ชอบที่จะให้ผู้สมัครลงพบปะกับชาวบ้าน เพื่อสร้างความคุ้นเคย และได้เห็นสภาพความเป็นอยู่ที่แท้จริง ชอบการปราศรัยต่อสาธารณะชน อีกทั้งกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ และกลยุทธ์การเมืองนโยบายที่โดนใจ ซึ่งตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ในเบื้องต้นถึงกลยุทธ์ที่แสดงถึงถึงปฏิกริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมือง เช่น กลุ่มคนว่ามีกลยุทธ์ไหนที่ส่งผลถึงการตอบรับของประชาชนบ้าง และประชาชนรู้ถึงกลยุทธ์ต่างๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้งมากน้อยเพียงใด สำหรับกลยุทธ์ที่ผู้สมัครไม่ควรนำมาใช้ นั่นคือ การใช้เงินซื้อเสียง เพราะผู้สมัครไม่ได้ใช้ความสามารถที่แท้จริง และจะทำให้เมื่อเข้ามาดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีจะเข้ามาครอบงำผลประโยชน์รวมถึงกลยุทธ์ในการ โจมตีให้ร้ายผู้สมัครคนอื่น อย่งไรก็ดี สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับพัฒนาการ

ทางการปกครองส่วนท้องถิ่น มีมากขึ้น มีการแข่งขันกันมากขึ้น และการแข่งขันอำนาจก็สูงมากตามไปด้วย แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งที่มีความคิดเห็นว่ายังล้าหลังอยู่ ไม่มีความแตกต่างไปจากแต่ก่อน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็น เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครที่ชนะเลือกตั้งได้รับเลือกให้เป็นนายกเทศมนตรี และปัจจัยที่ไม่ได้รับเลือกตั้ง จากการสัมภาษณ์ผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้ง พบว่า ความเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน นั่นคือ เห็นว่าการที่มีผู้สนับสนุนที่มีประสบการณ์ มีอำนาจบารมีทางการเมืองคอยหนุนหลัง วางแผนการหาเสียงเลือกตั้ง และปัจจัยด้านการเป็นบุคคลในวงศ์ตระกูลที่มีชื่อเสียงทางการเมือง นั่นคือ การที่เบอร์ 2 มีคุณปกรณ์ บุรณุปกรณ์ ซึ่งเป็นอา มาเป็นกุนชื้อ ประกอบกับยังมีอดีตนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ คุณบุญเลิศ บุรณุปกรณ์ ผู้เป็นอาอีกคน ซึ่งเป็นพี่ชายคุณปกรณ์ ที่ตอนนี้ก็ได้รับเลือกให้เป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้คุณทัศนัย บุรณุปกรณ์ เบอร์ 2 มีความได้เปรียบผู้สมัครรายอื่นอย่างเห็นได้ชัด เพราะนอกจากจะแสดงถึงการสนับสนุนของตระกูลบุรณุปกรณ์ ที่ลงเล่นการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่น และในระดับชาติมาอย่างยาวนานจนเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีของคนเชียงใหม่ คุณปกรณ์ และคุณบุญเลิศ มีฐานเสียงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่อยู่ทุกชุมชน เนื่องจากทั้งสองท่านต่างเคยเป็นนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่มาก่อน ทำให้มีฐานเสียง และหัวคะแนนอยู่ในมือมากมาย อีกทั้งยังคงคอยให้การช่วยเหลือไปมาหาสู่กับชุมชนอยู่เสมอ ทำให้การที่ตระกูลบุรณุปกรณ์ ประกาศตัวส่งคุณทัศนัย บุรณุปกรณ์ ลงสมัครรับเลือกตั้งย่อมหมายถึงการที่ฐานเสียงเก่าๆ และหัวคะแนนของคุณปกรณ์ และคุณบุญเลิศ ที่มีอยู่เดิมก็คงเพียงพอต่อการสู้กับผู้สมัครรายอื่นที่อาจจะเป็นที่คุ้นเคยกับประชาชนด้วยเช่นกัน เช่น เบอร์ 1 เบอร์ 6 และเบอร์ 7 การที่ตระกูลบุรณุปกรณ์ คอยให้การช่วยเหลือชุมชนหลายๆ ที่อยู่เสมอๆ ประกอบกับการที่คุณปกรณ์ สังกัดอยู่ในพรรคการเมืองที่ยิ่งใหญ่ขวัญใจคนเชียงใหม่ นั่นคือ “พรรคเพื่อไทย” ของอดีตนายกฯ ทักษิณ ชาวเชียงใหม่ก็ยิ่งให้การสนับสนุนมากยิ่งขึ้น เพราะชาวเชียงใหม่รักนายกทักษิณ อีกทั้งนามสกุลบุรณุปกรณ์ สามารถดึงทรัพยากรทุกอย่างมาเพื่อชัยชนะในการเลือกตั้งอย่างเบ็ดเสร็จได้ นั่นคือไม่ว่าจะเป็นเงินทุนสนับสนุนในการหาเสียงเลือกตั้งอย่างมหาศาลแล้วยังมีหัวคะแนนที่มีความเชื่อถือได้ว่าสามารถนำคะแนนเสียงมาให้ได้จริงๆ

“มีคุณปกรณ์ คอยช่วยคุณเกม อะไรที่ยากๆ ก็ง่ายขึ้น เพราะตระกูลบุรณุปกรณ์ผ่านมาหลายสนามแล้วรู้ช่องทางเป็นอย่างดี”

**“เบอร์ 2 โขคิดที่เป็นหลานแท้ๆ ของคุณปกรณ กับคุณบุญเลิศ เพราะสองท่านนี้
ประสบการณ์ และฐานะเสียงไม่ต้องพูดถึง”**

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากผู้มีบารมีทางการเมืองหรือ
พรรคการเมือง รวมถึงการเป็นบุคคลที่อยู่ในวงศ์ตระกูลที่มีชื่อเสียงแล้วนั้น ยังมีความเห็นที่แตกต่าง
กันออกไปที่มองว่า เพราะปัจจัยด้านการเงิน ซึ่งผู้สมัครรายหนึ่งได้ให้ความเห็นว่า ปัจจัยด้าน
การเงินมีส่วนสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถเนรมิตอะไรก็ได้ในทุกๆ อย่างแม้แต่การแสวงหาอำนาจด้าน
การเมือง การมีเงินมากนั้น หมายถึง สามารถระดมทรัพยากรต่างๆ ในการหาเสียงได้มาก และ
สามารถซื้อตัวหัวคะแนน และแกนนำคนสำคัญที่มีอิทธิพลโน้มน้าวคนในพื้นที่ให้มาลงคะแนน
เสียงให้กับผู้ให้เงินสนับสนุน

“เงินมากจะซื้ออะไรก็ได้ แม้แต่ตำแหน่งใหญ่ๆ ให้กับตัวเอง และพวกพ้อง”

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่า ยังมีความเห็นเพิ่มเติมจากผู้สมัครเบอร์ 1 3 5 6 7 ที่
เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเห็นว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ “เสือแดง” ที่เบอร์ 2 นำมาใช้ดึงกระแสชา
วเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่รักทักษิณเป็นปัจจัยสำคัญ ทั้งนี้ เพราะการเมืองอยู่ในช่วงของการแบ่งแยก
แบ่งสี แบ่งฝ่าย ซึ่งก็เป็นที่น่าคิดว่าเชียงใหม่เป็นเมืองของคนเสือแดง โดยมุ่งที่จะกระตุ้นความรู้สึก
ถึงความเป็นพวกเดียวกัน ให้เกิดอารมณ์ร่วมในการต่อสู้เพื่ออดีตนายกฯ ทักษิณ

“ประโยชน์ที่พยายามจะทำเพื่อชาวบ้าน ยังไม่สำคัญเท่า ความรักในเสือแดง”

**“คิดว่าการชูเสือแดงก็คือ การระดมฐานเสียง เพราะไม่ว่าใครจะรู้จักคุณทักษิณดีหรือไม่
แต่ชาวเชียงใหม่ทุกคนรู้จักเสือแดงอีกทั้งส่วนใหญ่ก็เป็นคนเสือแดงด้วย”**

ผู้สมัคร 3 ราย คือ เบอร์ 5 เบอร์ 6 และเบอร์ 8 มีความเห็นแนวเดียวกันโดยมีความเห็นว่า
เป็นปัจจัยเรื่องของความเป็นคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่แสดงถึงความมุ่งมั่นที่จะเข้ามาบริหารเทศบาลฯ
นั่นหมายถึง ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง กล้าที่จะบริหารจัดการอย่างกระฉับกระเฉงว่องไว อย่งไร
ก็ดีเบอร์ 2 ก็เป็นคนมีความสามารถ เป็นคนรุ่นใหม่ กล้าคิด กล้าแสดงออกก็น่าจะมีส่วนในความ
ต้องการเปลี่ยนแปลงของประชาชนที่อยากเห็นเทศบาลนครเชียงใหม่มีผู้บริหารรุ่นใหม่ๆ เข้ามาทำ
หน้าที่บ้าง อีกทั้งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้สมัครเบอร์ 8 เห็นว่าสำคัญเพราะการที่เป็นคน
รุ่นใหม่ที่มีความใสสะอาด มีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่เคยมีข่าวคราวในทางที่ไม่ดีใดๆ มีส่วนช่วยให้การ
ลงสมัครของเบอร์ 2 ถูกจับตามองในฐานะของตัวแทนคนรุ่นใหม่ มีการประกาศจุดยืนอย่างชัดเจน
ถึงความเป็นผู้บริหารที่ไฟแรง

“นักการเมืองหนุ่มรุ่นใหม่ไฟแรงกำลังเป็นที่สนใจของสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปทุกวันๆ”

ปัจจัยที่มีผู้สมัครรายหนึ่งให้เห็นแตกต่างกับผู้สมัครรายอื่น นั่นคือ ปัจจัยความเชื่อด้านบุญวาสนา ซึ่งคงทราบดีว่าการเลือกตั้งครั้งนี้ตระกูลบุญปกรณ์ ต้องหาคนมาลงสมัครแข่งขันรับเลือกตั้งแน่นอน แต่ด้วยการที่ไม่อยากดึงคนนอก ซึ่งไม่แน่ใจว่าเข้าไปแล้วจะอยู่ภายใต้การควบคุมของตระกูลบุญปกรณ์หรือไม่ ดังนั้น ผู้เป็นหลานแท้ๆ น่าจะดีที่สุด เพราะสามารถพูดคุย กำหนดทิศทางต่างๆ ได้ง่าย คุณทัศนัย จึงได้รับโอกาสนี้ในฐานะเป็นบุคคลในครอบครัว โดยมีการปูทางทุกอย่างไว้แล้วอย่างดีจากผู้เป็นอาทั้งสองท่าน

“แข่งเรือแข่งพายแข่งได้ แต่แข่งบุญแข่งวาสนามันแข่งกันไม่ได้นะคุณว่าจริงมั๊ย”

กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ไม่ได้รับการเลือกตั้งซึ่งมีความเห็นในแนวทางเดียวกันมากที่สุด 4 ราย คือ เบอร์ 1 3 5 7 ให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า เพราะการไว้เนื้อเชื่อใจในหัวคะแนน และทีมหาเสียงมากไปเกิน ทำให้การติดตามประเมินจุดบอด หรือแหล่งพื้นที่ที่คะแนนนิยมยังน้อยอยู่ เกิดความผิดพลาดคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ส่วนความเห็นของผู้สมัครรายอื่นเห็นแตกต่างกันออกไป ซึ่งก็คือ นโยบายของตนเองยังไม่โดดเด่นมากนัก ยังไม่เป็นที่ถูกใจของประชาชน ซึ่งเบอร์ 5 และเบอร์ 3 กล่าว และถึงอย่างไรก็ดีผู้สมัครรายใหม่สามราย คือ เบอร์ 8 เบอร์ 9 และเบอร์ 10 มีความเห็นตรงกันว่า เพราะเป็นผู้สมัครที่ชาวบ้านรู้จักน้อย ไม่เคยเห็นผลงาน ทำให้ยากต่อการยอมรับ และลงคะแนนให้ การลงสมัครแบบไม่มีคนรู้จัก ยากต่อการประกาศจุดยืนต่างๆ ส่งผลให้ประชาชนจะยอมรับในความตั้งใจ และความสามารถเป็นไปได้ยาก ถึงกระนั้นปัจจัยเรื่องเงินทุน ที่ผู้สมัคร 4 รายเห็นตรงกันว่า เพราะเงินทุนน้อยกว่า ผู้เบอร์ 2 ผู้ได้รับเลือกตั้งไม่ได้ นั่นคือ เบอร์ 4 5 7 และเบอร์ 10

2. ผลการวิเคราะห์จากประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างคะแนนนิยมของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งเป็นผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งในครั้งนี้ พบว่ามีผู้สมัครที่ความเห็นเป็นไปในลักษณะแนวทางเดียวกัน ดังนี้ แนวทางด้านนโยบาย ผู้สมัครเบอร์ 1 ใช้แนวทางการเน้นนโยบายที่สร้างความต่อเนื่องเพื่อสานต่อ นโยบายที่เคยวางไว้ แล้วยังต้องดำเนินงานต่อ รวมถึงการใช้นโยบายที่เป็นการนำเอาปัญหาที่ประสบมาจริงๆ ในขณะดำรงตำแหน่งนายกฯ มาเป็นฐานสำคัญในการสร้างคะแนนนิยม เนื่องด้วยประชาชนจะมีความต้องการมากกว่า ผู้สมัครเบอร์ 3 แนวทางการชูนโยบายที่โดดเด่น ดังเช่นการสร้างโรงพยาบาลเทศบาลแห่งใหม่ เนื่องจากทราบดีว่าขณะนี้ผู้ป่วยของโรงพยาบาลมีปริมาณมากขึ้น อาคารและเตียงผู้ป่วยไม่เพียงพอต่อการรองรับ

คนใช้ แนวทางนี้เกิดจากการมองเห็นถึงสภาพปัญหาจากความเป็นจริงที่ประชาชนประสบอยู่แล้ว จึงนำมาเป็นนโยบายหาเสียง หมายเลข 6 ใช้แนวทางสร้างความครอบคลุมในการชูนโยบายที่โดดเด่นทุกๆ ด้าน

ผู้สมัครอีกส่วนหนึ่งที่มีแนวทางเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผู้สมัครหมายเลข 5 ที่ใช้แนวทางสร้างคะแนนนิยมโดยการให้ประชาชนเกิดการรับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ถึงจุดยืนของตนเองเพื่อให้เข้าถึงประชาชน แสดงถึงความเป็นคนที่ตั้งใจจริงที่จะเข้ามาบริหารงาน และเป็นคนที่ซื่อสัตย์ สุจริต ไม่ซื่อลทธิ ซื่อเสียง ทำงานด้วยความโปร่งใส ส่วนผู้สมัครหมายเลข 7 ใช้แนวทางของการประชาสัมพันธ์ถึงทีมงานที่เข้มแข็ง นั่นก็คือ กลุ่มของสมาชิกสภาเทศบาลในนาม “ทีมช่างงาน” ซึ่งเป็นที่ยอมรับในความสามารถของประชาชน รวมถึงผู้สมัครหมายเลข 9 ใช้แนวทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงความตั้งใจจริงที่จะเข้ามาทำงานเพื่อประชาชน ส่วนผู้สมัครหมายเลข 10 ใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของประชาชน เป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความตั้งใจ และประสบการณ์ในการทำงาน

อย่างไรก็ตามผู้สมัครบางรายที่คุ้นเคยกับประชาชน และเคยร่วมทีมบริหารกับนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่สมัยก่อน จึงมีการใช้แนวทางด้านประสบการณ์การทำงานกับประชาชน นั่นคือ เบอร์ 6 และ เบอร์ 7 ที่ใช้แนวทางสร้างคะแนนนิยมโดยนำเอาประสบการณ์ที่เคยทำงานร่วมกับชุมชนมาในสมัยเป็นทีมผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่ ด้วยการที่รู้จักพื้นที่ รู้ถึงสภาพปัญหา และความต้องการต่างๆ ของประชาชนเป็นอย่างดี จึงอาศัยประสบการณ์มาเป็นแนวทางในการสร้างคะแนนนิยมกับชาวบ้าน

แต่ก็มีผู้สมัครเบอร์ 4 ที่มีการใช้แนวทางในการกระตุ้นจุดสนใจของประชาชนที่หลากหลาย เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การเน้นนโยบายที่แปลกใหม่ กล้าคิดกล้าเปลี่ยนแปลง ด้วยการแสดงถึงความมุ่งมั่นที่จะนำสิ่งใหม่ๆ ที่มีประโยชน์มาให้ประชาชน นั่นคือ คะแนนนิยมต่างๆ จะมาจากประชาชนที่ต้องการความเปลี่ยนแปลง รวมถึงผู้สมัครเบอร์ 8 ซึ่งเน้นแนวทางการพยายามสร้างความรู้จักคุ้นเคยกับประชาชนให้มากที่สุด เพราะเป็นผู้สมัครหน้าใหม่ประชาชนยังไม่ค่อยรู้จัก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งที่นำมาใช้ จากการสัมภาษณ์ผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้ง พบว่า กลยุทธ์ที่ผู้สมัครนำมาใช้เหมือนกันทุกรายคือ กลยุทธ์การลงพื้นที่พบปะกับประชาชนด้วยตนเอง เพื่อสร้างความรู้จักคุ้นเคยกับชาวบ้าน ก่อให้เกิดความสนิทสนมเป็นกันเอง ไว้วางใจในตัวของผู้สมัคร

**“ลงชุมชนพบปะกับชาวบ้านด้วยตัวเองจะได้ทำความรู้จักกับชาวบ้าน และทำให้ชาวบ้าน
จำหน้าตา จำเบอร์ได้”**

นอกจากนั้น กลยุทธ์ด้านนโยบายก็มีผู้สมัครส่วนใหญ่เห็นตรงกันทั้ง 6 รายนั่นคือ เบอร์ 1 3 4 5 6 และ เบอร์ 7 ซึ่งเห็นว่า นโยบายที่โดนใจ และเป็นประโยชน์ครอบคลุมในทุกๆ ด้านเพื่อ
ความเป็นอยู่ที่ดีประชาชน เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญไม่ต่างกับการลงพื้นที่ เพราะต้องทำร่วมกัน
ไป

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ผู้สมัครทุกราย ยกเว้นเบอร์ 6 ที่มีความเห็น
ไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งเห็นว่าการประชาสัมพันธ์บ่อยๆ ซ้ำๆ ว่าตนเองเป็นผู้สมัครเบอร์อะไร
หน้าตาเป็นอย่างไร รวมถึงมีสโลแกน และนโยบายประกอบอยู่ในการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง
กลวิธีต่างๆ นั้น รวมไปถึงจนถึงการใช้รถติดป้ายหาเสียง อีกทั้งป้ายหาเสียงตามท้องถนน และสถานที่
สำคัญ ต่างๆ อย่างไรก็ตาม ผู้สมัครหน้าใหม่อย่างเบอร์ 3 4 5 8 9 และ เบอร์ 10 มีความเห็นเพิ่มเติมว่า
ควรเน้นการประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษ เพราะการเป็นผู้สมัครหน้าใหม่ไม่เป็นที่คุ้นตาของชาวบ้าน
ดังนั้น ต้องประชาสัมพันธ์ จึงควรทำบ่อยๆ ชาวบ้านจึงจะคุ้นเคย นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์การ
ปราศรัยต่อหน้าชุมชนที่ผู้สมัครเบอร์ 6 และเบอร์ 7 เห็นว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะเป็นการแสดง
วิสัยทัศน์ต่อหน้าสาธารณะชนให้ประชาชนได้เห็นผู้สมัครอย่างใกล้ชิด ได้มีการพบปะพูดคุย
ทักทายกันเพื่อสร้างความเป็นกันเองด้วย

**“การปราศรัยที่ชุมชนก็สำคัญเพราะทำให้ได้แสดงจุดยืนกับชาวบ้าน และได้แลกเปลี่ยน
ความคิดแบบเป็นกันเอง”**

อย่างไรก็ดี กลยุทธ์การใช้ห้วคะแนนก็มีผู้สมัครหลายๆ ท่านนำมาใช้กันเพราะ
ห้วคะแนนเป็นเหมือนตัวแทนหลักในการหาเสียงให้ผู้สมัครในชุมชน ผู้สมัครเบอร์ 1 3 4 6 และ
เบอร์ 7 เห็นตรงกันว่าห้วคะแนนมีความสำคัญต่อคะแนนเสียง เป็นเหมือนตัวแปรหนึ่งว่า ผู้สมัคร
รายไหนมีห้วคะแนนที่มีความสามารถกว่ากัน สามารถโน้มน้าว หรือมีอิทธิพลต่อการดึงคะแนน
เสียง จูงใจให้ประชาชนมาเลือกผู้สมัครที่ตนเองเป็นห้วคะแนนให้อยู่นั่นเอง

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ของ
ผู้สมัครท่านอื่นจากการสัมภาษณ์ผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้สมัคร 7 ราย
จาก 9 รายที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งมีความเห็นว่า ผู้สมัครแต่ละรายล้วนมีกลยุทธ์ในการสร้างคะแนน
นิยมให้กับตนเอง โดยอาศัยนโยบายในการหาเสียงเป็นสำคัญ คือ จะเป็นนโยบายที่ดี มีความแปลก

ใหม่ และมีประโยชน์ต่อประชาชนส่วนรวม พยายามมีความครอบคลุมทุกๆ ด้านตั้งแต่กำหนดนโยบายหาเสียง นโยบายที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำความเจริญ และสาธารณูปโภคต่างๆ มาสู่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ แต่เป็นนโยบายที่สวดยหรูเกินความจริง ทำได้ค่อนข้างยากด้วยเหตุหลายๆ ปัจจัย เป็นต้นว่า ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์ และอีกหลายๆ ด้าน รองลงมา มีความคิดเห็นว่า กลยุทธ์ของผู้สมัครบางท่านลอกเลียนแบบมาจากกลยุทธ์ในการหาเสียงในระดับที่สูงขึ้น นั่นคือ ในระดับของพรรคการเมือง หรือในระดับชาติ ซึ่งบางนโยบายไม่ได้มีการนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของพื้นที่ อีกทั้งยังมีความขัดแย้งในนโยบายการหาเสียง เป็นต้นว่าจะก่อสร้างอะไรหลายต่อหลายอย่าง แต่ก็มึนโยบายในด้านการรักษาสภาพแวดล้อม และมลภาวะ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว เมื่อมีการก่อสร้าง มีการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์แล้วคงเป็นไปได้ยากที่จะไม่เกิดปัญหาด้านมลพิษตามมา และตามมาปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน

“นโยบายสวดยหรูเพื่อให้ชาวบ้านสนใจ แต่ดูแล้วไม่น่าจะทำได้จริง”

“เห็นอยู่แล้วว่าจะสร้างอะไรมากมาย แต่ยังมีอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มลพิษ คุณว่ามันแปลกๆ ธิปเล่า?”

นอกจากความเห็นต่อกลยุทธ์การใช้นโยบายแล้วนั้น ผู้สมัคร 4 ราย ยังเห็นตรงกันว่า กลยุทธ์ในการใช้ห้วคะแนน หรือผู้มีอิทธิพลในชุมชนนับเป็นกลยุทธ์ที่ผู้สมัครทุกคนต่างพยายามนำมาใช้ให้มากที่สุด ซึ่งนั่นก็หมายความว่า การที่ใครสามารถเข้าถึงบรรดาผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน และได้รับการยอมรับจากบรรดาผู้นำในชุมชน ได้มากที่สุดก็จะเป็นผลดี และมีโอกาสต่อการที่จะได้รับการสนับสนุนจากประชาชน เพราะว่าผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชนเปรียบเสมือนห้วคะแนนซึ่งเป็นทุนทางสังคมมาแต่เดิม และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของชาวบ้าน หรือกลุ่มของตน ที่กล่าวมาคือ กลยุทธ์ที่บรรดาผู้สมัครแต่ละคนพยายามให้มาเป็นฐานเสียง และเข้าถึงให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ แต่ในทางตรงข้ามมีผู้สมัคร 2 ราย เห็นว่าได้มีการพยายามใช้กลวิธีต่างๆ เพื่อดึงกลุ่มของผู้นำต่างๆ มาเป็นห้วคะแนนของตนเอง โดยวิธีการที่ไม่เหมาะสม นั่นคือ อาจเป็นการแจกจ่ายเงินทอง หรือสิ่งของ หรือซื้อสิทธิซื้อเสียง โดยใช้เงินซื้อห้วคะแนนมาเป็นของตนเอง อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การปราศรัยในสถานที่ต่างๆ ซึ่งผู้สมัคร 3 ราย เห็นว่ายังคงมีการกล่าวโจมตีผู้สมัครเบอร์อื่นอย่างเสียหายรุนแรงเกินความเป็นจริง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สมควร

สรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครที่ชนะเลือกตั้งได้รับเลือกตั้ง ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการเป็นบุคคลในตระกูลบูรณูปกรณ์ ซึ่งมีเงินทุนและห้วคะแนนในพื้นที่มากมาย อีกทั้งการ สังกัดอยู่ใน “พรรคเพื่อไทย” ของอดีตนายกฯ ทักษิณเป็นปัจจัยที่สำคัญ โดยมีความเห็นเพิ่มเติมของ

ผู้สมัครอีกว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ “สื่อแดง” เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด อีกทั้งการแสดงถึงความเป็นคนรุ่นใหม่ไฟแรง โดยมีการกล่าวถึงปัจจัยด้านภาพลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้ชนะการเลือกตั้งในส่วนน้อย แต่มีผู้สมัครรายหนึ่งให้เห็นแตกต่างกับรายอื่น นั่นคือ ปัจจัยความเชื่อด้านบุญวาสนา ประเด็นที่แตกต่างนี้น่าสนใจตรงที่แสดงถึงปรากฏการณ์ของการยอมรับอย่างไม่มีเงื่อนไข หรือเชื่อในเรื่องบุญกรรม ซึ่งทิ้งไว้เป็นข้อคิดถึงวิธีการที่จะศึกษาต่อไป เช่นกันกับความเห็นที่แตกต่างจากผู้สมัครอีกรายหนึ่งที่มองว่า ปัจจัยด้านการเงินของเบอร์ 2 มีส่วนสำคัญที่สุดเพราะ สามารถระดมทรัพยากรในการหาเสียง และซื้อหวัคະແນน แคนนำคนสำคัญที่มีอิทธิพลที่สามารถชักจูงคนในพื้นที่ให้มาลงคะแนนเสียงให้กับผู้ให้เงินสนับสนุน ซึ่งประเด็นที่แตกต่างนี้จะสอดคล้องเข้ากับแนวคิดตัวแบบผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์หรือไม่อย่างไร ยังทิ้งความน่าสนใจในการอภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยที่ทำให้ไม่ได้รับการเลือกตั้งนั้นส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่า เพราะการไว้เนื้อเชื่อใจในหวัคະແນน และทีมหาเสียงมากไปเกิน แต่ก็มีผู้สมัครรายอื่นเห็นแตกต่างกัน โดยมองเห็นนโยบายของตนเองยังไม่โดดเด่น ยังไม่เป็นที่ถูกใจของประชาชน ส่วนผู้สมัครหน้าใหม่ซึ่งก็มีความเห็นว่าเป็นเพราะชาวบ้านรู้จักน้อย ไม่เคยเห็นผลงาน ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้แนวทางด้านนโยบายที่เป็นประโยชน์ มีความครอบคลุมทุกๆ ด้าน โดยมีผู้สมัครอีกส่วนหนึ่งใช้แนวทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ประชาสัมพันธ์ถึงทีมงานที่เข้มแข็ง สำหรับผู้สมัครรายใหม่ใช้การประชาสัมพันธ์ เนื่องจากยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของประชาชน อย่างไรก็ตามก็มีผู้สมัครบางรายที่คุ้นเคยกับประชาชน และเคยร่วมทีมบริหารกับนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่สมัยก่อน จึงมีการใช้แนวทางด้านประสบการณ์การทำงานร่วมกับประชาชน ด้วยการที่รู้จักพื้นที่ รู้ถึงสภาพปัญหา

ในส่วนของกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งนั้น ผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งใช้เหมือนกันทุกรายไม่มีกลยุทธ์ใดแปลกใหม่แต่อย่างใด ดังเช่นการลงพื้นที่พบปะกับประชาชน กลยุทธ์ด้านนโยบายที่ดึงดูดใจ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านทางกลวิธีต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์การปราศรัยต่อหน้าชุมชน และกลยุทธ์การใช้หวัคະແນนหาเสียงให้ในชุมชน ถึงกระนั้นความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ของผู้สมัครท่านอื่น ผู้สมัครเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่า อาศัยนโยบายในการหาเสียงเป็นสำคัญ มีการเลียนแบบการหาเสียงในระดับที่สูงขึ้น แต่มีผู้สมัครที่เห็นแตกต่างว่ามีการแจกจ่ายเงินทอง หรือสิ่งของ ซื้อหวัคະແນนมาเป็นของตนเอง และการใช้กลยุทธ์การกล่าวโจมตีผู้สมัครเบอร์อื่นก็ยังคงทิ้งประเด็นที่น่าสนใจต่อการอภิปรายผลการศึกษาดังแนวคิดในการหาเสียงเลือกตั้งตามกฎหมายเลือกตั้งท้องถิ่นของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) นั่นเอง

อย่างไรก็ดีประเด็นคำตอบของผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งน่าสนใจตรงที่มองว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้สมัครที่ชนะเลือกตั้งได้รับเลือกตั้ง คือ ปัจจัยด้านการเป็นบุคคลในตระกูลบุญปกรณ์ อีกทั้งการสังกัดอยู่ใน “พรรคเพื่อไทย” และ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ “เสือแดง” เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ซึ่งผู้สมัครส่วนใหญ่ ที่ได้ให้ความเห็นตรงจุดนี้ แสดงถึงความน่าสนใจในการอภิปรายผลการศึกษาว่า กลยุทธ์ที่ผู้สมัครที่ได้รับเลือกตั้ง และไม่ได้รับเลือกตั้งมีความเหมือนความต่างกันอย่างใด อีกทั้งในความเหมือนความต่างของกลยุทธ์นั้นสามารถทำให้ยอมรับสมมติฐานการศึกษาที่ว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ มีส่วนสำคัญต่อการได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งนั่นเอง

การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ของผู้สมัครที่ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง สรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ได้รับเลือกตั้ง สรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ นโยบายที่เป็นประโยชน์กับประชาชน และต้องเป็นนโยบายที่สามารถทำได้จริง เกิดประโยชน์กับประชาชนได้จริง รวมถึงปัจจัยที่สะท้อนถึงความต้องการของประชาชน และความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางสังคมที่ส่งผลถึงทิศทางที่ประชาชนกำหนดตัวผู้บริหาร นั่นก็คือด้วยตัวผู้ได้รับการเลือกตั้งมีอายุน้อยกว่า ผู้สมัครรายอื่นๆ และเป็นภาพสะท้อนถึงคนรุ่นใหม่ ที่เข้าใจ และก้าวทันกับปัญหาใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การที่คนเชียงใหม่ต้องรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ แบบก้าวกระโดด และจากการบริหารยุคทุกสมัยที่ผ่านมา ประกอบกับโครงสร้างของประชากรในวัยทำงานถึงวัยสูงอายุก็มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น กลุ่มของคนวัยทำงาน หรือ “ชนชั้นกลาง” คือ กลุ่มบุคคลที่มีการศึกษา มีหน้าที่การงานที่ดี มีความรับผิดชอบสูง และมีความสนใจ และเอาใจในเรืองการเมืองมาก คนกลุ่มนี้ จะมีความคิดว่าเรื่องของการเมือง เป็นเรื่องใกล้ตัว และเป็นเรื่องของทุกคนที่ต้องมีส่วนร่วม ดังนั้น กลุ่มชนชั้นกลางนี้จะมีมุมมองทางการเมืองที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ ดังเดิม ดังนั้น ปัจจัยที่สำคัญอีกประการคงมาจากความต้องการการเปลี่ยนแปลงของชนชั้นกลางเมืองเชียงใหม่ ที่ต้องการนายกเทศมนตรีที่เป็นคนรุ่นใหม่ เข้ามาแก้ไขปัญหา และเข้ามาพัฒนาตามยุคตามสมัย

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับแนวทางในการสร้างคะแนนนิยมของผู้สมัครที่ได้รับการเลือกตั้ง ซึ่งจากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า แนวทางในการสร้างคะแนนนิยม คือ การแสดงถึงความชัดเจนทางความคิด แสดงความเป็นตัวของตัวเอง มีการประกาศจุดยืนที่ชัดเจนถึงความมุ่งมั่น ความตั้งใจที่แท้จริงในการที่จะเข้ามารับใช้ประชาชนในเขตเทศบาลนคร

เชียงใหม่ ในทุกๆ ชุมชน ทุกๆ ความแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นด้านฐานะ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้วยความมุ่งมั่น โดยเน้นถึงความเป็นตัวของตัวเอง

“ผมมีการประกาศจุดยืนที่ชัดเจน และเป็นต้องการให้ชาวบ้านว่าผมเป็นตัวของตัวเอง”

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ทำให้ได้รับเลือกจากประชาชนให้ได้รับตำแหน่งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้สมัครที่ได้รับการเลือกตั้งสรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่นำมาใช้มีหลายกลยุทธ์ด้วยกัน และที่เป็นจุดเน้นที่สุดนั่นคือ กลยุทธ์ด้าน “นโยบาย” นั่นคือ จะเห็นได้ว่านโยบายที่นำมาสู่สายตาของประชาชนเป็นนโยบายที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนอย่างแท้จริง และต้องเป็นนโยบายที่สามารถทำได้จริงๆ สามารถก่อให้เกิดประโยชน์กับประชาชนได้จริง เช่น การพัฒนาระบบสาธารณสุขไปรษณีย์ตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงระดับเมือง รวมถึงการสานต่อโครงการเชียงใหม่เมืองสะอาด และพัฒนาสู่ความเป็นเชียงใหม่เมืองงาม แต่ไม่ทิ้งการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยมีนโยบายการตกแต่งเมือง ดูแลต้นไม้ การเพิ่มพื้นที่สีเขียว และควบคุมสารพิษในสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน นั่นทำให้เห็นได้ว่าแนวทางในการพัฒนาจากที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อปัญหามลพิษกับจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการที่จะพัฒนาเมืองเชียงใหม่ก็ต้องมีการดูแลสุขภาพของประชาชนควบคู่กันไปด้วย

“เดี๋ยวนี้คนในเมืองเชียงใหม่ต้องใช้ชีวิตที่เร่งรีบ แข่งกับการทำงาน เป็นคนที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง เริ่มสนใจใส่ใจสุขภาพตัวเองกันมากขึ้น”

หรือกล่าวได้ว่าชนชั้นกลางเมืองเชียงใหม่มีปริมาณมากยิ่งขึ้นนั่นเอง ดังนั้น คนกลุ่มนี้จะเริ่มมีการมองเห็นถึงการดูแลสุขภาพใส่ใจในเรื่องของปัญหาสุขภาพ และการจัดการกับปัญหาต่างๆ อันจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นมลพิษจากท้องถนน ผลที่มาจากอาคารก่อสร้างอาคารต่างๆ ดังนั้น การที่มี “นโยบาย” ที่เข้าถึงความต้องการของประชาชนในทุกๆ กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มประชาชน ชนชั้นกลางเมืองเชียงใหม่ โดยไม่ลืมที่จะต้องเน้นความเป็นไปได้ในการนำเสนอ นโยบาย และนอกจากนโยบายที่เป็นไปได้ และเกิดประโยชน์แล้ว การใช้กลยุทธ์ในการลงพื้นที่พบปะประชาชนอย่างสม่ำเสมอก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน เนื่องด้วยสิ่งหนึ่งที่ยังคงอยู่คู่กับสังคมวัฒนธรรมของคนไทยรวมถึงของคนเชียงใหม่ นั่นคือ การมีน้ำใจที่งดงาม การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การมีรอยยิ้มที่เป็นมิตรไมตรีต่อกัน ดังนั้น การลงพื้นที่อยู่เสมอ คอยให้การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เสมือนญาติพี่น้อง ซึ่งสิ่งนี้ก็ได้มีการปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ประชาชนรู้จักคุ้นเคยให้ความรักความเป็นกันเอง และไว้วางใจ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้สมัครที่ได้รับเลือกตั้ง ต่อกลยุทธ์ของผู้สมัครท่านอื่น ซึ่งผู้สมัครที่ได้รับการเลือกตั้งมีความคิดเห็นว่า ผู้สมัครแต่ละรายล้วนมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งส่วนใหญ่ก็มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน นั่นคือ มุ่งที่จะเรียกคะแนนเสียง คะแนนนิยมให้กับตนเองให้ได้มากที่สุด และทำที่ดีที่สุดก็เพื่อให้ตนเองได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง โดยกลยุทธ์สำคัญๆ ที่เห็นได้ชัดเจน ก็คือ การใช้นโยบายในการหาเสียงที่แข็งขันกันอย่างเข้มข้น ซึ่งแต่ละท่านพยายามคิดนโยบายเด็ดๆ ออกมาเพื่อเอาชนะคู่แข่ง โดยลืมนำถึงความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติว่าเมื่อตนเองได้รับใช้ชนะจากการเลือกตั้งเข้าไปทำหน้าที่แล้ว จะสามารถปฏิบัติได้ตามที่ได้เสนอนโยบายตอนที่หาเสียงเลือกตั้งไว้หรือไม่ รวมถึงการใช้กลยุทธ์ในการโจมตีผู้สมัครคนอื่นๆ ของผู้สมัครบางรายซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง ส่วนผู้สมัครบางรายยังไม่มีจุดยืนที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถครองใจประชาชนได้ ทำให้ชาวบ้านขาดความเชื่อมั่นในการที่จะเลือกบุคคลผู้นั้นเข้ามาทำหน้าที่ในการบริหารเทศบาลนครเชียงใหม่

“ผมเน้นนโยบายที่สามารถ ทำประโยชน์ให้กับชาวบ้านได้จริงๆ ไม่ใช่เน้นนโยบายที่เลิศหรูสวยงาม แต่ความจริงทำไม่ได้”

สรุปได้ว่า ผู้สมัครที่ได้รับการเลือกตั้งเห็นว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ได้รับเลือกตั้ง คือนโยบายที่เป็นประโยชน์กับประชาชน และต้องเป็นนโยบายที่สามารถทำได้จริง โดยมีปัจจัยด้านความต้องการการเปลี่ยนแปลงของชนชั้นกลางเมืองเชียงใหม่ ที่ต้องการคนรุ่นใหม่ ซึ่งผู้สมัครเบอร์ 2 มีแนวทางในการสร้างคะแนนนิยมโดยการแสดงถึงความชัดเจนทางความคิด ความเป็นตัวของตัวเอง การประกาศจุดยืนที่ชัดเจนถึงความมุ่งมั่น ความตั้งใจที่แท้จริงในการที่จะเข้ามารับใช้ประชาชน และที่สำคัญกลยุทธ์ที่ทำให้ได้รับเลือกจากประชาชน คือ กลยุทธ์ด้าน “นโยบาย” ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนอย่างแท้จริง และต้องเป็นนโยบายที่สามารถทำได้จริงๆ เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกันไปกับกลยุทธ์การลงพื้นที่พบปะประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผู้สมัครเบอร์ 2 เห็นความสำคัญกับวัฒนธรรมของคนไทยรวมถึงของคนเชียงใหม่ นั่นคือ การมีน้ำใจทั้งดงาม การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การมีรอยยิ้มที่เป็นมิตรไมตรีต่อกันส่งผลให้ประชาชนรู้จัก คำนึงให้ความรักความเป็นกันเอง และไว้เนื้อเชื่อใจ รวมถึงการใช้กลยุทธ์ในการโจมตีผู้สมัครคนอื่นๆ ของผู้สมัครบางราย ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง อีกทั้งการที่ไม่มีจุดยืนที่ชัดเจน ใดๆ ก็ดีผู้สมัครที่ได้รับการเลือกตั้ง ไม่ได้มีการกล่าวถึงประเด็นด้านกลยุทธ์ที่ผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งแสดงความคิดเห็นไว้ข้างต้น นั่นคือ กลยุทธ์สื่อแดง การสังกัดพรรคเพื่อไทย รวมทั้งกลยุทธ์เป็นคนในตระกูลบุญปกรณ์จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจต่อการศึกษา รวมถึงการพิสูจน์สมมติฐานที่ผู้ศึกษาตั้งไว้กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนคร

เชียงใหม่ มีส่วนสำคัญต่อการได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งหรือไม่ อีกทั้งประเด็นด้านชนชั้นกลางที่ผู้ตอบเห็นว่าจำเป็นปัจจัยอีกส่วนหนึ่งนั้นด้วยก็ทำให้มองสอดคล้องไปถึงแนวคิดพฤติกรรมทางการเมืองของชนชั้นกลางอีกประเด็นด้วยนั่นเอง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ซึ่งจากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน สรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552 ซึ่งจากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน สรุปได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ พบว่า สื่อมวลชนทั้ง 6 ราย เห็นว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัครแต่ละคนมีความใกล้เคียงกันค่อนข้างมากจะมีที่โดดเด่น และแตกต่างเป็นบางราย ซึ่งเห็นว่าผู้สมัครมีการนำกลยุทธ์ในการหาเสียงมาใช้ตั้งแต่วันที่มีการจับฉลากเลือกเบอร์ โดยมีการข่มขู่แข่งขันด้วยกลยุทธ์ข่มขู่ผู้สมัครด้วยกันเอง มีการใช้กองเชียร์มาร่วมส่งแรงเชียร์ อีกทั้งลีลีเสื้อของผู้สมัครกับกองเชียร์ที่เป็นสีเดียวกัน และถูกจับตามองจากคนทั่วไปถึงนัยทางการเมืองระดับสูงขึ้นไปด้วย การชูป้ายสนับสนุนผู้สมัคร การตีกลองร้องเพลง บางรายก็นำกองเชียร์ที่มาจากชุมชน บางรายก็มีกองเชียร์ที่เป็นนักศึกษา เพื่อบอกให้แต่ละคนทราบว่าตนเองมีกลุ่มไหนให้การสนับสนุน

“คล้ายๆ กันเห็นได้ตั้งแต่วันแรกที่มีการข่มขู่กันอย่างน่าติดตาม ทั้งลีลีเสื้อ ทั้งรถแห่จำนวนมากมายที่จอดรถหน้าเทศบาล”

ในสื่อมวลชนคนที่ 3 (สื่อวิทยุ) และสื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) แสดงความเห็นเพิ่มเติมจากข้างต้นที่มีลักษณะคล้ายกันว่า มีความแตกต่างกันตามความสามารถของผู้สมัคร รวมถึงภูมิหลัง อาชีพ หรือประสบการณ์ของผู้สมัคร ก็จะเน้นไปที่อาชีพที่ตนเองถนัด เช่น เบอร์ 3 ด้านการแพทย์ จึงนำเอาการสร้างโรงพยาบาลมาชูนโยบาย เพราะเบอร์ 3 เป็นแพทย์ ส่วนรายที่เป็นนักการเมืองอาชีพ ก็จะมีกลยุทธ์ที่ต้องหวังผลถึงคะแนนเสียงได้ เพราะกลยุทธ์ที่นำออกมาใช้แต่ละอย่างล้วนต้องมีผลกับคะแนนเสียง คะแนนนิยม หรืออย่างน้อยก็สามารถนำมาปรับแผนการหาเสียงเพื่อให้เกิดคะแนนนิยมให้จงได้

“มีอาชีพเค้าต้องได้คะแนนติดมือกลับมา มิใช่เพื่อให้ดูน่าสนใจแต่ไม่ได้เลย”

สื่อมวลชนคนที่ 1 และ 2 (สื่อโทรทัศน์) กับสื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) เห็นตรงกันว่าผู้สมัครที่มีกลยุทธ์แตกต่าง และโดดเด่นกว่ารายอื่นๆ นั่นคือ เบอร์ 2 ตั้งแต่การเปิดตัวซึ่งมาพร้อม กับ คุณปกรณ์ บูรณุปกรณ์ และทีมงาน ซึ่งเป็นที่ถูกจับตามองมากที่สุด คุณปกรณ์ นับว่ายังมีบริบททางการเมืองอย่างมาก สังเกตได้จากคนที่แสดงการเคารพทั้งชาวบ้าน และข้าราชการของเทศบาลนครเชียงใหม่เอง อีกทั้งการที่มีกลยุทธ์ที่เด็ดที่เป็นจุดขาย ซึ่งก็คือ กลยุทธ์สังกัด “คนเสื้อแดง” และพรรคเพื่อไทย ซึ่งกลยุทธ์นี้ไม่มีผู้สมัครรายอื่นหาวิธีการมาเอาชนะได้เลย และเบอร์ 7 มีการนำกลยุทธ์ที่ใช้ความเข้มแข็งของทีมงาน ซึ่งเคยปราบคู่ต่อสู้สมัยเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเมื่อปีที่ผ่านมา ซึ่งเบอร์ 7 ที่ผันตัวเองไปรวมกับกลุ่มทีมงาน เพื่อต้องการกลับมาทวงความยิ่งใหญ่ในสนามเทศบาลอีกครั้ง

“ใครจะเอาเสื้อสีอื่นมาแข่งด้วย ก็เท่ากับฆ่าตัวเอง เพราะก็รู้ว่าเชียงใหม่ถิ่นใครเป็นถิ่นใคร”

อย่างไรก็ดีสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) นอกจากจะมีความเห็นว่ากลยุทธ์เหมือนๆ กัน เพราะว่าทุกคนมีจุดประสงค์เดียวกันก็คือ ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง แต่การนำเอากลยุทธ์ในการโจมตีผู้สมัครรายอื่น ซึ่งเป็นการตัดฐานคะแนนเสียงของผู้สมัครรายอื่น นับเป็นกลยุทธ์ที่ไม่ควรนำมาใช้ การที่ต่างฝ่ายต่างเดินหน้าหาเสียงตามแผนการหาเสียงที่ตนเองวางไว้ นับว่าดีที่สุดในว่าจะใช้การวิธีการหาเสียงแบบไหน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัครกลยุทธ์ใดได้ผลเพราะอะไร จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนซึ่งสื่อมวลชนคนที่ 1 (สื่อโทรทัศน์) และสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) มีความเห็นที่ตรงกันคือ กลยุทธ์ที่ได้ผลจะเป็นกลยุทธ์ที่มีความแตกต่างจากคนอื่น ๆ และต้องแตกต่างแบบที่มีผลต่อคะแนนเสียงลอกเลียนแบบไม่ได้ เช่น กลยุทธ์คนของตระกูลบูรณุปกรณ์ ซึ่งตระกูลนี้อยู่คู่กับการเมืองของเทศบาลนครฯ มาอย่างยาวนาน รวมถึงกลยุทธ์แนวร่วมของคนเสื้อแดง การประกาศจุดยืนว่าเป็นพวกพ้องของคนเสื้อแดง และสังกัดในพรรคการเมืองที่มี ท่าน สส.ปกรณ์ บูรณุปกรณ์ สังกัดอยู่ เป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลต่อคะแนนเสียงอย่างมหาศาล

“แค่นามสกุลบูรณุปกรณ์ ก็มีชัยไปกว่าครึ่งแล้ว”

สื่อมวลชนคนที่ 3 (สื่อวิทยุ) และสื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) มีความเห็นในทิศทางเดียวกันคือ กลยุทธ์การลงชุมชนอย่างเข้มข้น และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ มีส่วนสำคัญที่สุดที่จะ

ทำให้ได้รับคะแนนเสียงจากชาวบ้าน รวมถึงคะแนนสงสาร เห็นใจ เพราะการลงชุมชนต้องพบกับความเหน็ดเหนื่อย ความยากลำบาก บางชุมชนแม้เป็นเขตเมือง แต่ประชาชนอาศัยกันอย่างแออัดเหมือนสลัม การที่ผู้สมัครคนไหนมีความขยันลงชุมชน มีความอดทน และยิ่งปฏิบัติมาก่อนหน้า การหาเสียงด้วยแล้ว โอกาสที่กลยุทธ์นี้จะยิ่งนำไปสู่ชัยชนะได้อย่างขาวสะอาดยิ่งมีมาก ส่วนการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เป็นกลยุทธ์ที่ได้ผล เนื่องจากการที่ประชาชนจะเลือกใครเข้าไปทำหน้าที่บริหารบ้านเมือง ย่อมต้องการรู้จักคุ้นเคยถึงนิสัยใจคอ อยากเห็นบุคลิกลักษณะ การพูดจาที่เป็นมิตร ไมตรี มีความจริงใจต่อชาวบ้าน ดังนั้นการลงพื้นที่ และการเน้นระดมการโฆษณาทุกวิถีทางจึงต้องทำควบคู่กันไปอย่างแยกออกจากกันไม่ได้

“ลงชุมชนเข้าหาชาวบ้านแน่นอนที่สุด เพราะอย่างน้อยได้คะแนนสงสาร และเห็นใจ”

ถึงอย่างไรก็ตามสื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) เห็นว่ากลยุทธ์สำคัญ คือ กลยุทธ์การนำนโยบายที่ดีๆ มาสู่ประชาชนเพราะเป็นการแสดงถึงวิสัยทัศน์ของผู้สมัครว่า จะเข้าไปทำอะไรให้กับประชาชนบ้างเมื่อได้รับเลือกตั้ง ดังนั้น ใครมีความคิดที่จะทำอะไรให้ชาวบ้านได้มากกว่ากัน และทำในสิ่งที่คนอื่นคิดไม่ถึงแต่ประชาชนชอบและโดนใจ ดังนั้น ก็จะเป็นสิ่งจุดประกายความน่าสนใจในตัวของผู้สมัครนับตั้งแต่เริ่มประกาศนโยบายออกมา ยังส่งผลถึงการที่จะทำให้ประชาชน และสื่อมวลชนติดตามนโยบายที่จะนำมาเสนอกับประชาชนต่อไป ต่างกันกับสื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) ที่เห็นว่ากลยุทธ์การสร้างความเป็นกันเองและความไว้เนื้อเชื่อใจ โดยใช้กลยุทธ์ที่ผสมผสาน และพลิกแพลงตามสถานการณ์ เนื่องจากการหาเสียงต้องมีการประเมินสถานการณ์อยู่เป็นระยะๆ ตลอดเวลา ดังนั้น เมื่อกลยุทธ์ด้านนโยบายเสียงตอบรับไม่ดีเท่าที่ควร ก็ควรไปมุ่งเน้นที่กลยุทธ์อื่นๆ เช่น กลยุทธ์การลงพื้นที่เข้าหาชาวบ้าน การปราศรัย การใช้รถแห่ เป็นต้น

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัครที่ไม่ได้ผลเพราะอะไร จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน สรุปได้ว่า สื่อมวลชนคนที่ 1 (สื่อโทรทัศน์) และสื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) มีความเห็นที่คล้ายกัน คือ เห็นว่าเป็นกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับหวัคะแนน และทีมงาน ที่ได้รับมอบหมายให้ลงไปหาเสียง และชักจูงคนในพื้นที่ๆ หวัคะแนนรับผิดชอบมาลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัคร แล้วขาดการติดตามประเมินผลฐานเสียงด้วยตนเองอย่างแท้จริง เนื่องจากว่าการหาเสียงเลือกตั้งนั้นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อทันต่อการแก้เกมให้ทันกับของผู้สมัครรายอื่น และปรับกลยุทธ์ของตนเองในส่วนของกลยุทธ์ที่ใช้ไปแล้วไม่ได้ผล นอกจากนี้ สื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) ยังเห็นว่ากลยุทธ์การลงพื้นที่เฉพาะพื้นที่

สีแดง หรือพื้นที่ที่เป็นฐานเสียงของผู้สมัครคนอื่น แต่ล้มฐานพื้นที่ของตนเอง เพราะมั่นใจในคะแนนเสียงว่าได้รับคะแนนเสียงแน่นอน ส่งผลให้เกิดความผิดพลาดได้โดยง่าย

“ไวใจหัวคะแนนมากไปก็แบบนี้แหละ เห็นมาเยอะแล้วที่โดนหักหลัง”

“เชื่อหัวคะแนนว่าชั่วร้ายก็ไปเน้นชุมชนอื่น สุดท้ายก็โดนเอาฐานเสียงตัวเองไปกลับมาเรียกคืนก็สายไปแล้ว”

ส่วนสื่อมวลชนรายอื่นๆ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) เห็นว่ากลยุทธ์ที่ไม่ได้ผล คือ การโจมตีผู้สมัครรายอื่นๆ ด้วยกลวิธีต่างๆ เช่น การกล่าวหาว่า ผู้สมัครบางรายเป็นคนของสื่อต่างๆ ส่งมาชิงตำแหน่งนายกฯ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความสับสนให้เกิดขึ้นกับชาวบ้าน และทำลายฐานเสียงที่ผู้สมัครรายนั้นมี แต่มีอุดมการณ์ทางการเมืองในระดับชาติที่ตรงข้ามกับสีดังกล่าว ทำให้เปลี่ยนไปเลือกคนสีสื่อเดียวกันได้ ส่วนสื่อมวลชนคนที่ 3 (สื่อวิทยุ) เห็นว่ากลยุทธ์การใช้นโยบายที่ดูแล้วรู้สึกถึงความเป็นไปได้ หรือถ้าเป็นไปได้ก็โอกาสน้อยมาก ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงการโฆษณาชวนเชื่อที่เกินความจริง ไม่น่าไว้วางใจ ดังนั้น พอนำกลยุทธ์อะไรออกมาหาเสียงก็ทำให้ดูเหมือนกับเกินความจริง ไม่น่าศรัทธาไปเสียหมด อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) มีความเห็นว่ากลยุทธ์ การแห่บนรถขยายเสียง และการเดินหาเสียงของทีมผู้สมัครกลยุทธ์แบบนี้ เป็นการโปรโมทตัวผู้สมัครเพียงแค่ว่าให้คนรู้จักหน้าตา และเบอร์ แต่ไม่สามารถมีความรู้สึกร่วม ไม่ได้แลกเปลี่ยนความคิด รวมถึงการส่งทีมไปเดินแจกใบปลิวหาเสียงตามสถานที่ต่างๆ เพราะนั่นคือ การรณรงค์ให้คนรับรู้แค่ชั่วคราวช่วยยาม แบบผิวเผิน ไม่ได้เข้าถึงจิตใจชาวบ้านว่า ความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้านเป็นอย่างไร และสุดท้าย สื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) มีความเห็นว่ากลยุทธ์การเงินเพียงอย่างเดียวไม่ได้ผล นั่นคือ การใช้จ่ายว่าจ้างทีมหาเสียงกลุ่มต่างๆ เดินแจกใบปลิว เดินรณรงค์หาเสียง การว่าจ้างรถแห่ปริมาณมากๆ รวมถึงการผลิตป้ายโฆษณาปริมาณมากๆ ด้วยเหตุที่มีเงินทุนมาก กลยุทธ์การเงิน สามารถข่มผู้สมัครรายอื่นได้ แต่ถ้าขาดทิศทางก็เหมือนการเอาเงินไปทิ้งเสียเปล่าๆ เพราะแต่ละอย่างที่จ้างไปล้วนเป็นการสื่อสารทิศทางเดียว ขาดการย้อนกลับเข้าสู่กระบวนการประมวลผลเพื่อนำไปปรับแก้กลยุทธ์ให้ดีขึ้น ให้ได้ผลกับคะแนนเสียงมากขึ้น

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับผู้สมัครที่ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งชนะด้วยกลยุทธ์ใด ซึ่งจากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน สรุปได้ว่า สื่อมวลชนทุกคนยกเว้นสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) เห็นตรงกันว่ากลยุทธ์ “สื่อแดง” ซึ่งเป็นกลยุทธ์การนำเอาประเด็นความแตกแยกทางการเมืองระดับชาติ รวมถึงกลยุทธ์การนำความเชื่อมโยงกับพรรคการเมือง “พรรคเพื่อ

ไทย” เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ได้รับการเลือกตั้ง ครั้งนี้เนื่องจากกระแสของสื่อแดงกำลังรุนแรงไปทั่วทุกสารทิศ โดยเฉพาะเชียงใหม่บ้านเกิดของอดีตนายกฯทักษิณ ดังนั้น การนำกลยุทธ์สื่อแดงมาใช้หาเสียง เท่ากับการปลุกระดมคนรักทักษิณ และแสดงถึงความเป็นพวกเดียวกันกับคนเชียงใหม่ โดยเอาสื่อมาเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงคนที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองเดียวกัน

“เห็นป้ายโฆษณาข้างรถที่วิ่งกันทั่วเมือง ที่เขียนว่ารักทักษิณ เลือกทักษิณเบอร์ 2”

นอกจากนี้ สื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) ยังมีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่านอกจากประเด็น “สื่อแดง” และการสังกัดพรรคเพื่อไทยแล้ว กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ของผู้สมัครเบอร์ 2 ว่าเป็นคนรุ่นใหม่ ไฟแรง กล้าคิด กล้าทำ กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่ 5 (สิ่งพิมพ์) มีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่ากลยุทธ์นโยบายหาเสียงที่โดนใจ และทำได้จริงทำให้เป็นการสร้างคะแนนนิยมที่ชัดเจนของเบอร์ 2 เพราะอ่านแล้วเข้าใจง่าย มองเห็นความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ โดยที่สื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) ซึ่งมีความเห็นที่แตกต่างจากทุกคนที่กล่าวมา เห็นว่าผู้สมัครเบอร์ 2 ประสบความสำเร็จด้วยกลยุทธ์การใช้เงิน ซึ่งเป็นการลงทุนในหลายๆ รูปแบบ เช่น ระดมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ระดมทีมงานเดินรณรงค์หาเสียง และรถแห่หาเสียง เพื่อนำกลยุทธ์ “นโยบายหาเสียง” มาประชาสัมพันธ์สู่สายตาชาวบ้าน ให้ได้เห็น ได้ยินการโฆษณาหาเสียงของเบอร์ 2 อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับผู้สมัครที่พ่ายแพ้ในการเลือกตั้งด้วยกลยุทธ์ใด เพราะอะไร จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน 6 ราย สรุปได้ว่า สื่อมวลชนคนที่ 1 (สื่อโทรทัศน์) และสื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) มีความเห็นที่เหมือนกันที่ว่า เพราะกลยุทธ์การโฆษณา นโยบายที่เกินความจริง ซึ่งนโยบายของผู้สมัครหลายๆ ราย เป็นนโยบายที่ทำได้ยาก อ่านแล้วรู้สึกได้ว่าเกินความจริง ดังนั้น เมื่อประชาชนเห็นจากป้ายโฆษณาหาเสียงก็สามารถวิเคราะห์ได้ว่า นโยบายไหนสามารถเป็นไปได้หรือเป็นไปได้ไม่ได้ เพราะการเปิดตัวด้วยนโยบายเป็นสิ่งที่ประชาชนให้ความสนใจมากที่สุดว่า ผู้สมัครคนไหนมีความตั้งใจอย่างไร มีวิสัยทัศน์เป็นอย่างไร การที่นโยบายออกมาแล้วสะท้อนถึงความเป็นไปได้ ก็จะทำให้ประชาชนลดความสนใจผู้สมัครรายอื่นๆ ลงไปได้

“นโยบายดีๆ ใดๆ ก็ชอบ แต่ว่าบางทีการหาเสียงที่ใช้นโยบายมาล่อใจนั้น ต้องอย่าลืมมองถึงความเป็นไปได้ด้วย”

“เดี๋ยวนี้ชาวบ้านเค้าไม่เหมือนเมื่อก่อนแล้ว บางคนจบถึงด็อกเตอร์ การจะมากล่าวว่าจะทำโน่นทำนี่ อย่าลืมนะชาวบ้านเค้ารู้ว่าทำได้หรือไม่ได้”

อย่างไรก็ดี ยังมีความเห็นที่แตกต่างกันออกไปจากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนถึงประเด็นที่ว่าผู้สมัครพ่ายแพ้ด้วยกลยุทธ์ใด ซึ่งสื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) เห็นว่า เพราะกลยุทธ์การใช้หวัคะแนน และไว้วางใจหวัคะแนนของตัวเองเอง เนื่องด้วย “การเมืองไม่มีมิตรแท้” ดังนั้น เมื่อหวัคะแนนได้รับผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ ไม่ว่าจะป็นรูปแบบไหนจากผู้สมัครรายอื่นที่ให้มากกว่า ทำให้เกิดการเปลี่ยนขั้ว เปลี่ยนเบอร์ หรืออาจรับทั้งสองทาง หรือหลายทางได้ ส่วนสื่อมวลชนคนที่ 3 (สื่อวิทยุ) มองว่า เพราะกลยุทธ์ที่ไม่มีความแปลกใหม่ เช่น กลยุทธ์ติดป้ายหาเสียงตามเสาไฟฟ้า กลยุทธ์การเดินทางเสียงตามท้องถนน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ปฏิบัติกันมาอย่างช้านาน โดยทำกันมาโดยไม่สามารถจะวิเคราะห์ได้ว่า จะได้รับเสียงตอบรับจริงหรือไม่ อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) แสดงความเห็นว่ กลยุทธ์การใช้เงินทุ่มหาเสียงแบบขาดการประเมิน ทำให้พ่ายแพ้ เพราะการใช้เงินในการหาเสียงนั้น ถ้าขาดฐานมวลชนก็ไม่สามารถเรียกคะแนนเสียงได้ ประชาชนสมัยนี้มีความรู้มีการศึกษาที่สูงขึ้น ดังนั้น การใช้เงินรวมถึง การซื้อสิทธิขายเสียงอาจจะได้ในระยะสั้นๆ แต่ระยะยาวประชาชนไม่ยอมรับแน่นอน และสุดท้าย สื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) เห็นว่ากลยุทธ์การลงชุมชนเฉพาะพื้นที่ฐานเสียงของตนเอง นั่นคือ การลงพื้นที่พบปะประชาชนแบบเลือกพื้นที่ ทำให้คะแนนเสียงต่างๆ มีอยู่เพียงแค่กลุ่มก้อนก็จะไม่มีการกระจายกระจาย เพราะการที่ลงพื้นที่โดยไม่เลือกแขวงเลือกชุมชน ไม่เลือกเขตของใคร ทำให้การที่จะได้คะแนนมาจากชาวบ้านที่อาจจะมีความคิดเห็นตรงกัน หรือมีอุดมการณ์คล้ายกัน รวมถึงคนที่มีความรู้สึกลูกชะตา ก็เป็นได้

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ผู้สมัครใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งแสดงถึงพัฒนาการของการปกครองส่วนท้องถิ่นมากน้อยเพียงไร จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน 6 ราย สรุปได้ว่า ความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นก็คือ สื่อมวลชนคนที่ 1 (สื่อโทรทัศน์) สื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) สื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) และสื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) ที่เห็นว่ามีการพัฒนาการมาก ซึ่งเห็นได้จากการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้มีความสนใจมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ตั้งแต่เรื่องของการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เรื่องความสนใจในสื่อทุกแขนง เช่น ข่าวสารจากโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รวมถึงข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ในกรณีการเลือกตั้งครั้งนี้ก็มีประชาชนทั่วไปเข้าไปแสดงความเห็นโพสข้อความในอินเทอร์เน็ตกันมากมาย อีกทั้ง ประชาชนที่เคยเฉื่อยชาทางการเมือง กลับมีความสนใจตื่นตัวส่วนหนึ่งเกิดจากความรู้สึกรักในตัวเองดีตนนายกฯ ทักษิณ และกลุ่มเสื้อแดงที่ต่อสู้เพื่อทักษิณ ดังนั้น

เมื่อเบอร์ 2 ใช้กลยุทธ์สื่อแดง จึงทำให้เกิดความตื่นตัวสนใจการเลือกตั้ง อีกทั้งช่วยเป็นกระบอกเสียงให้อีกด้วย รวมถึงชาวบ้านยังติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง การร้องเรียนกรณีมีการทำผิดกฎหมายการเลือกตั้ง และการมีความรู้สึกร่วมในทางการเมืองในระดับชาติเห็น ได้จากการที่ประชาชนเริ่มแบ่งสี แบ่งฝ่าย ซึ่งส่งผลมาถึงการพยายามกำหนดตัวผู้นำในระดับท้องถิ่น

“เปลี่ยนไปมากตั้งแต่สีแดงเหมือนเป็นสัญลักษณ์ของคนเชียงใหม่”

“เห็นความแตกแยก เห็นการมีส่วนร่วมในลักษณะสีใครสีมัน ถิ่นใครถิ่นมันอย่างชัดเจน”

ถึงกระนั้นสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) เห็นว่า มีทั้งพัฒนาและก้าวอยู่กับที่ เพราะว่าประชาชนส่วนหนึ่งรับรู้ และสนใจที่จะมีส่วนร่วม เพราะคิดว่าเป็นส่วนหนึ่งของเทศบาลนครเชียงใหม่ ประชาชนมีสิทธิที่จะเลือก จะตัดสินใจในการหาผู้นำที่ดีที่สุดเข้ามาบริหาร อีกส่วนหนึ่งยังคงถูกชักจูง ยังคงปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ที่มีอิทธิพลที่เหนือกว่า หรือผู้มีบุญคุณต้องทดแทนด้วยการลงคะแนนให้ และการเห็นแก่เงินซื้อเสียง แต่ถึงอย่างไรก็มีความเห็นที่แตกต่างกับทุกคนในสื่อมวลชนคนที่ 3 (สื่อวิทยุ) ที่มองว่าไม่มีการพัฒนาเนื่องจากอำนาจการเมือง รวมถึงปัจจัยสนับสนุน เช่น เงิน ยังคงมีอิทธิพลครอบงำประชาชนกลุ่มชาวพื้นเมืองเดิมที่ยังคงมีความเชื่อทางการเมืองแบบเดิมๆ ยอมรับเชื่อฟังในคนที่ให้การช่วยเหลือตนเอง โดยลงคะแนนให้ตามคำสั่งอย่างไม่มีเงื่อนไขใดๆ

สรุปได้ว่า สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ในการหาเสียงว่ามีความใกล้เคียงกันค่อนข้างมาก แต่มีแสดงความเห็นเพิ่มเติมว่ามีความแตกต่างกันตามภูมิหลัง และอาชีพ แต่อย่างไรก็ดี สื่อมวลชน 3 รายเห็นตรงกันว่าผู้สมัครที่มีกลยุทธ์แตกต่าง และโดดเด่นกว่ารายอื่นๆ นั่นคือเบอร์ 2 ซึ่งก็คือ กลยุทธ์สังกัด “คนสีแดง” และพรรคเพื่อไทย ซึ่งกลยุทธ์นี้ไม่มีผู้สมัครรายอื่นหาวิธีการมาเอาชนะได้ และเบอร์ 7 มีการนำกลยุทธ์ที่ใช้ความเข้มแข็งของทีมทำงาน ซึ่งเป็นสมาชิกสภาเทศบาลชุดปัจจุบัน มีข้อเสนอแนะจากสื่อมวลชนคนหนึ่ง ว่าทุกคนมีจุดประสงค์เดียวกันก็คือได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง แต่การนำเอากลยุทธ์ในการโจมตีผู้สมัครรายอื่น ซึ่งเป็นการตัดฐานคะแนนเสียงของผู้สมัครด้วยกันเป็นกลยุทธ์ที่ไม่ควร ซึ่งประเด็นนี้ทำให้มองเห็นว่าจะสามารถถอดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยถึงปฏิกริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมืองในเรื่องของกลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัคร ที่สำคัญสื่อมวลชน 2 ราย มีความเห็นว่าเป็น กลยุทธ์คนของตระกูลบูรณูปกรณ์ ซึ่งตระกูลนี้อยู่คู่กับการเมืองของเทศบาลนครฯ มาอย่างยาวนาน รวมถึงกลยุทธ์แนวร่วมของคนสีแดง และสังกัดในพรรคเพื่อไทย ส่วนสื่อมวลชนอีกส่วนหนึ่ง มีความเห็นว่า

กลยุทธ์การลงชุมชนอย่างเข้มข้น และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญที่สุดที่จะทำให้ได้รับคะแนนเสียงและคะแนนสงสาร ที่ขาดเสียมิได้คือกลยุทธ์การนำนโยบายที่ดีๆ มาสู่ประชาชน โดยมีความเห็นที่แตกต่างจากคนอื่นคือสื่อมวลชนคนที่ 5 ที่เห็นว่ากลยุทธ์การสร้างความเป็นกันเองและความไว้เนื้อเชื่อใจ โดยใช้กลยุทธ์ที่ผสมผสาน และพลิกแพลงตามสถานการณ์บ้านเมืองจำเป็นเช่นกัน ส่วนกลยุทธ์ที่ไม่ได้ผลนั้น คือ ให้ความสำคัญกับหัวคะแนน และทีมงาน นอกจากนั้นสื่อมวลชนคนที่ 5 ยังเห็นเพิ่มเติมด้วยว่ากลยุทธ์การลงพื้นที่เฉพาะพื้นที่ฐานเสียงของผู้สมัครคนอื่น แต่ล้มฐานพื้นที่ของตนเองเพราะมั่นใจในฐานคะแนนจนเกินไป ส่วนสื่อมวลชนรายอื่นๆ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ที่เห็นว่ากลยุทธ์การโจมตีผู้สมัครรายอื่น กลยุทธ์การใช้นโยบายที่ดูแล้วรู้สึกถึงความเป็นไปได้ อีกทั้งกลยุทธ์การแห่บรรดขยายเสียง และการค้นหาเสียงไม่สามารถมีความรู้สึกร่วมจากประชาชน ไม่ได้แลกเปลี่ยนความคิด และกลยุทธ์ที่ใช้เงิน

ผู้สมัครที่ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง สื่อมวลชน 5 ใน 6 รายเห็นตรงกันว่า กลยุทธ์ “สื่อแดง” ซึ่งเป็นกลยุทธ์การนำเอาประเด็นความแตกแยกทางการเมืองระดับชาติ รวมถึงกลยุทธ์การนำความเชื่อมโยงกับ “พรรคเพื่อไทย” เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ได้รับการเลือกตั้งครั้งนี้ นอกจากนี้สื่อมวลชนรายหนึ่งที่มีความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า นอกจากประเด็น “สื่อแดง” และพรรคเพื่อไทยแล้ว กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ของเบอร์ 2 ว่าเป็นคนรุ่นใหม่ ไฟแรง กล้าคิด กล้าทำ ก็มีผลสำคัญเช่นกัน อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่ 5 (สิ่งพิมพ์) มีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่ากลยุทธ์นโยบายหาเสียงที่โดนใจ และทำได้จริงของเบอร์ 2 อ่านแล้วเข้าใจง่ายมองเห็นความเป็นไปได้โดยที่สื่อมวลชนรายหนึ่ง ซึ่งมีความเห็นที่แตกต่างจากทุกคน ที่เห็นว่าผู้สมัครเบอร์ 2 ประสบความสำเร็จด้วยกลยุทธ์การใช้เงิน เช่น ระดมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทีมงานเดินรณรงค์หาเสียง รดแห่หาเสียง เพื่อประชาสัมพันธ์สู่สายตาชาวบ้านให้เห็น ได้ยินการโฆษณาหาเสียงของเบอร์ 2 อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และในครั้งนี้ผู้สมัครที่พ่ายแพ้ในการเลือกตั้งมีการใช้กลยุทธ์โฆษณา นโยบายที่เกินความจริง ซึ่งนโยบายของผู้สมัครหลายๆ รายเป็นนโยบายที่ทำได้ยาก ยังมีความเห็นที่แตกต่างกันออกไปจากสื่อมวลชนคนที่ 2 ที่เห็นว่าเพราะกลยุทธ์การใช้หัวคะแนน และไว้วางใจหัวคะแนน อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่ 4 แสดงความเห็นที่ กลยุทธ์การใช้เงินทุ่มหาเสียงแบบขาดการประเมิน ทำให้พ่ายแพ้ และสื่อมวลชนคนที่ 6 เห็นว่ากลยุทธ์การลงชุมชนเฉพาะพื้นที่ฐานเสียงของตนเอง หรือแบบเลือกพื้นที่ ในการเลือกตั้งครั้งนี้กลยุทธ์ที่ผู้สมัครใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง สื่อมวลชน 4 ใน 6 ราย เห็นว่า มีพัฒนาทางการปกครองท้องถิ่นมาก ซึ่งเห็นได้จากการมีส่วนร่วมของประชาชนหลายๆ เรื่องมีเข้าถึงการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เรื่องความสนใจในสื่อทุกแขนง เช่น ข่าวสารจากโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รวมถึงข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นการปลุกให้ประชาชนที่เคยเฉื่อยชาให้ความสนใจตื่นตัว ส่วนหนึ่งเกิดจากความรู้สึกรักในตัวของคตินายกฯ ทักษิณ และกลุ่ม

เสื้อแดง กลยุทธ์เสื้อแดง จึงทำให้เกิดความตื่นตัว อีกทั้งช่วยเป็นกระบอกเสียงอีกด้วย รวมถึงการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ กรณีการร้องเรียนมีการทำผิดกฎหมายการเลือกตั้ง และการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในทางการเมืองในระดับชาติเห็นได้จากการที่ประชาชนเริ่มแบ่งสี แบ่งฝ่าย ซึ่งส่งผลมาถึงการพยายามกำหนดตัวผู้นำในระดับท้องถิ่น ถึงกระนั้นสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) เห็นแตกต่างว่ามีทั้งพัฒนา และก้าวอยู่กับที่ เพราะว่าประชาชนส่วนหนึ่งรับรู้ และสนใจที่จะมีส่วนร่วม เพราะคิดว่าเป็นส่วนหนึ่งของเทศบาลนครเชียงใหม่ มีสิทธิที่จะเลือก จะตัดสินใจในการหาผู้นำที่ดีที่สุดเข้ามาบริหาร อีกส่วนหนึ่งยังคงถูกชักจูง ยังคงปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ที่มีอิทธิพลที่เหนือกว่า ชักจูง หรือยอมรับเงินและกับเสียงของตนเอง แต่ถึงอย่างไรก็มีความเห็นที่แตกต่างกับทุกคนในสื่อมวลชนรายหนึ่ง ที่มองว่าไม่มีการพัฒนา เนื่องจากอำนาจการเมือง รวมถึงปัจจัยสนับสนุน เช่น เงิน ยังคงมีอิทธิพลครอบงำประชาชนกลุ่มชาวพื้นเมืองเดิมที่ยังคงมีความเชื่อทางการเมืองแบบเดิมๆ ยอมรับเชื่อฟังในคนที่ให้การช่วยเหลือตนเอง โดยลงคะแนนให้ตามคำสั่งอย่างไม่มีเงื่อนไขใดๆ

จากการสัมภาษณ์ พบว่า จุดสนใจอยู่ที่ความคิดเห็นของผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้ง และสื่อมวลชนที่ส่วนใหญ่มองว่ามีกลยุทธ์ของผู้สมัครเบอร์ 2 ที่มีกลยุทธ์แตกต่างไปจากผู้สมัครรายอื่น ซึ่งได้ทิ้งประเด็นที่น่าสนใจไว้ว่า ด้วยกลยุทธ์ที่แตกต่างนั้นเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งในครั้งนี้ใช่หรือไม่ นั่นคือ กลยุทธ์เสื้อแดง กลยุทธ์ตระกูลบุญอุปถัมภ์ และกลยุทธ์สังกัดพรรคเพื่อไทย แล้วในความแตกต่างนั้น จะทำให้สามารถยอมรับในสมมุติฐานการศึกษาที่ว่า กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ มีส่วนสำคัญต่อการได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งนั่นเอง

สรุปในภาพรวมได้ว่า จากการให้ความเห็นของผู้นำชุมชน และแกนนำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน รวมถึงผู้สมัครรับการเลือกตั้ง และสื่อมวลชนทำให้เห็นได้ว่าการแข่งขันในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ได้มีการนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการหาเสียงอย่างมากมาย เพื่อเป็นการสร้างคะแนนนิยมให้กับตัวผู้สมัคร กลยุทธ์ต่างๆ นั้นมีทั้งกลยุทธ์ที่เหมือนและแตกต่าง อีกทั้งกลยุทธ์ที่เรียกคะแนนเสียงได้มาก หรือน้อยปะปนกันไป แต่ถึงอย่างไรก็ตามก็มีกลยุทธ์ของผู้สมัครเบอร์ 2 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างชัดเจน และได้รับชัยชนะการเลือกตั้งในที่สุด

หรือจากการให้ความเห็นของผู้นำชุมชน และแกนนำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน และสื่อมวลชน ที่แสดงถึงปฏิกิริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมือง ที่มองว่ามีความต้องการ และชอบที่จะให้ผู้สมัครใช้กลยุทธ์แบบไหนอย่างไร เช่น ชอบกลยุทธ์การลงพื้นที่มากที่สุด

หรือเห็นถึงการเปรียบเทียบกลยุทธ์การหาเสียงกับการโฆษณาขายสินค้า ด้วยมุมมองต่างๆ ด้านกลยุทธ์ที่ผู้สมัครนำมาใช้หาเสียงเลือกตั้งในครั้งนี้ สามารถแสดงถึงปฏิกริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมือง โดยประเด็นต่างๆ ที่มีการแสดงความคิดเห็นจะได้นำไปสู่การวิเคราะห์เพื่ออภิปรายผล และตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ในบทต่อไปโดยมีการนำเอาประเด็นที่มีความเห็นแตกต่างในด้านของปัจจัย รวมถึงกลยุทธ์ที่ผู้สมัครนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้างต้นมาวิเคราะห์โดยยึดแนวคิดทฤษฎีที่ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ทั้ง 5 แนวคิดเป็นตัวตั้งนั่นเอง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a flame-like symbol above its head. The emblem is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved