

## 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 |
|----------------------|-----|------|-----|
| <b>เพศ</b>           | 42  | 34   | 76  |
| <b>อายุ</b>          |     |      |     |
| 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   |
| <b>สถานภาพสมรส</b>   |     |      |     |
| โสด                  | 15  | 13   | 28  |
| คู่                  | 16  | 19   | 35  |
| หม้าย                | 2   | 2    | 4   |
| <b>ระดับการศึกษา</b> |     |      |     |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี     | 11  | 12   | 23  |
| ปริญญาตรี            | 13  | 17   | 30  |
| สูงกว่าปริญญาตรี     | 6   | 8    | 14  |
| <b>รายได้</b>        |     |      |     |
| 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 |
|-----------------------------|-----|------|-----|
| <b>อาชีพ</b>                |     |      |     |
| 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   |
| <b>ตำแหน่งในชุมชน</b>       |     |      |     |
| 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 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 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 อย่างไรก็ตาม ตำแหน่งในชุมชนของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่า 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 สรุปได้ว่าความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันนั้น 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 พยายามดึงดูใจคนให้เลือก 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 แขวงเมืองราชแขวงกาวิละ 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 เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน กับผู้สมัครนายกเทศมนตรี สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้สนิทสนมกับผู้สมัคร ท่านใดเป็นการพิเศษ 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 เราก้ทำไปตามหน้าที่”

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 ทำให้ชาวบ้าน รู้จักและเป็นกันเอง กลยุทธ์พบปะชุมชนควรจะเป็นการเดินทางหาเสียงโดยตัวผู้สมัครเอง ควรมี การปราศรัยตามชุมชนอย่างสม่ำเสมอต้นเสมอปลาย พูดเด่น นโยบายของตนเองไม่โจมตีผู้อื่น ที่สำคัญ ต้องเป็นคนมีคุณธรรม จริยธรรม มีความจริงใจในการทำงาน พูดจริงทำจริง เพราะแสดงถึงความจริงใจของผู้สมัคร อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยมีการแต่งตัวแบบแปลกๆ และมีรถแห่เพราะเป็นจุดสนใจของชาวบ้าน ที่สำคัญการ โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ต้องทำหลายอย่างพร้อมกัน เช่น ประชาสัมพันธ์ ใบปลิว ป้าย สื่อต่างๆ และการลงชุมชน เช่น รถแห่ของแต่ละเบอร์ ติดป้าย ประชาสัมพันธ์แล้วลงไปชุมชน เพื่อชี้แจงนโยบายของผู้สมัครแต่ละเบอร์ด้วยความจริงใจและเต็มใจ และจากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง 4 แขวง สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

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

“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 แล้วจะได้มาทำตามที่เขาเสียใจไว้

ส่วนกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมที่ผู้สมัครไม่ควรนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งที่ทั้ง 4 แขวง ยังคงมีความเห็นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การใช้เงินซื้อเสียง เพราะผู้สมัครไม่ได้ใช้ความสามารถที่แท้จริง และเมื่อเข้ามาดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีจะทำให้เข้ามาครอบงำผลประโยชน์คืน

**“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 ที่พยายามดึงดูใจลูกค้า ตรงจุดนี้น่าสนใจตรงที่กลุ่มคนกลุ่มนี้เริ่มเห็นถึงกลยุทธ์ของผู้สมัครที่พยายามดึงดูใจให้มาเลือกตนเองในทุกๆ วิถีทางซึ่งถึงปมไ้ถึงการตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ที่เป็นการศึกษาถึงปฏิกริยาและการตอบรับของหน่วยการเรียนรู้ทางการเมือง เช่น กลุ่มคนต่อกลยุทธ์ของการหาเสียงของผู้สมัคร

แต่มีประเด็นน่าสนใจส่วนที่เป็นเหมือนลักษณะคำถามปลายเปิดที่ผู้ให้ข้อมูลถึงคำถามไว้เพื่อรอการตอบจากผู้สมัคร 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 อย่างไรก็ตาม 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 ของคุณปกรณ์ กับคุณบุญเลิศ เพราะสองท่านนี้  
ประสบการณ์ และฐานะเสียงไม่ต้องพูดถึง”**

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนจากผู้มีบารมีทางการเมืองหรือ  
พรรคการเมือง รวมถึงการเป็นบุคคลที่อยู่ในวงศ์ตระกูลที่มีชื่อเสียงแล้วนั้น ยังมีความเห็นที่แตกต่าง  
กันออกไปที่มองว่า เพราะปัจจัยด้านการเงิน ซึ่งผู้สมัครรายหนึ่งได้ให้ความเห็นว่า ปัจจัยด้าน  
การเงินมีส่วนสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถเนรมิตอะไรได้ในทุกๆ 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 ซึ่งก็เป็นที่ทราบกันว่าเชียงใหม่เป็นเมืองของคนเสือแดง 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 อย่  
งไรก็ดีเบอร์ 2 ก็เป็นคนมีความสามารถ เป็นคนรุ่นใหม่ กล้าคิด กล้าแสดงออกก็น่าจะมีส่วนใน  
ความต้องการเปลี่ยนแปลงของประชาชนที่อยากเห็นเทศบาลนครเชียงใหม่มีผู้บริหารรุ่นใหม่ๆ 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 ทำให้การติดตามประเมินจุดบอร์ด 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 ไม่ซื่อลัทธิ 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 รวมไปถึงการใช้รถติดป้ายหาเสียง อีกทั้งป้ายหาเสียงตามท้องถนน และสถานที่  
สำคัญๆ ต่างๆ ใดๆ ก็ดี 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” ของอดีตนายทกๆ ทักษิณเป็นปัจจัยที่สำคัญ โดยมีความเห็นเพิ่มเติมของ

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

ปัจจัยที่ทำให้ไม่ได้รับการเลือกตั้งนั้นส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่า เพราะการไว้เนื้อเชื่อใจในห้วคะแนน 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 และกลยุทธ์การใช้ห้วคะแนนหาเสียงให้ในชุมชน ถึงกระนั้นความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ของผู้สมัครท่านอื่น ผู้สมัครเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่า อาศัยนโยบายในการหาเสียงเป็นสำคัญ มีการเลียนแบบการหาเสียงในระดับที่สูงขึ้น แต่มีผู้สมัครที่เห็นแตกต่างว่ามีการแจกจ่ายเงินทอง หรือสิ่งของ ซื้อห้วคะแนนมาเป็นของตนเอง และการใช้กลยุทธ์การกล่าวโจมตีผู้สมัครเบอร์อื่นก็ยังคงทิ้งประเด็นที่น่าสนใจต่อการอภิปรายผลการศึกษาถึงแนวคิดในการหาเสียงเลือกตั้งตามกฎหมายเลือกตั้งท้องถิ่นของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (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 การที่คนเชียงใหม่ต้องรับมือกับสภาวะการความเปลี่ยนแปลงต่างๆ แบบก้าวกระโดด และจากการบริหารทุกยุคทุกสมัยที่ผ่านมา 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 และไว้นับถือ

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 รวมถึงการใช้กลยุทธ์ในการ โจมตีผู้สมัครคนอื่นๆ ของผู้สมัครบางราย ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง อีกทั้งการที่ไม่มีจุดยืนที่ชัดเจน ใดๆ ก็ดีผู้สมัครที่ได้รับการเลือกตั้ง ไม่ได้มีการกล่าวถึงประเด็นด้านกลยุทธ์ที่ผู้สมัครที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งแสดงความคิดเห็นไว้ข้างต้น นั่นคือ กลยุทธ์สื่อแดง การสังกัดพรรคเพื่อไทย รวมทั้งกลยุทธ์เป็นคนในตระกูลบุญปรกรณ์จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจต่อการศึกษา 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

**“แค่ नामสกุลบูรณุปกรณ์ 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

**“ไว้ใจหัวคะแนนมากไปก็แบบนี้แหละ เห็นมาเยอะแล้วที่โดนหักหลัง”**

**“เชื่อหัวคะแนนว่าซัวร์ก็ไปเน้นชุมชนอื่น สุดท้ายก็โดนเอาฐานเสียงตัวเองไปกลับมาเรียกคืนก็สายไปแล้ว”**

ส่วนสื่อมวลชนรายอื่นๆ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) เห็นว่ากลยุทธ์ที่ไม่ได้ผล คือ การโจมตีผู้สมัครรายอื่นๆ ด้วยกลวิธีต่างๆ เช่น การกล่าวหาว่า ผู้สมัครบางรายเป็นคนของสื่อต่างๆ ส่งมาชิงตำแหน่งนายกฯ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความสับสนให้เกิดขึ้นกับชาวบ้าน และทำลายฐานเสียงของผู้สมัครรายนั้นมี 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 สื่อมวลชนคนที่2 (สื่อโทรทัศน์) ยังมีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่านอกจากประเด็น “สื่อแดง” และการสังกัดพรรคเพื่อไทยแล้ว กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ของผู้สมัครเบอร์ 2 ว่าเป็นคนรุ่นใหม่ ไฟแรง กล้าคิด กล้าทำ กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่5 (สิ่งพิมพ์) มีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่ากลยุทธ์นโยบายหาเสียงที่โดนใจ และทำได้จริงทำให้เป็นการสร้างคะแนนนิยมที่ชัดเจนของเบอร์ 2 เพราะอ่านแล้วเข้าใจง่าย มองเห็นความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ โดยที่สื่อมวลชนคนที่4 (สื่อวิทยุ) ซึ่งมีความเห็นที่แตกต่างจากทุกคนที่กล่าวมา เห็นว่าผู้สมัครเบอร์2 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) และสื่อมวลชนคนที่5 (สื่อสิ่งพิมพ์) มีความเห็นที่เหมือนกันที่ว่า เพราะกลยุทธ์การโฆษณา นโยบายที่เกินความจริง ซึ่งนโยบายของผู้สมัครหลายๆ ราย เป็นนโยบายที่ทำได้ยาก อ่านแล้วรู้สึกได้ว่าเกินความจริง ดังนั้น เมื่อประชาชนเห็นจากป้ายโฆษณาหาเสียงก็สามารถวิเคราะห์ได้ว่า นโยบายไหนสามารถเป็นไปได้หรือเป็นไปได้ 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 ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบไหนจากผู้สมัครรายอื่นที่ให้มากกว่า ทำให้เกิดการเปลี่ยนขั้ว เปลี่ยนเบอร์ หรืออาจรับทั้งสองทาง หรือหลายทางได้ ส่วนสื่อมวลชนคนที่ 3 (สื่อวิทยุ) มองว่า เพราะกลยุทธ์ที่ไม่มีความแปลกใหม่ เช่น กลยุทธ์คิดป้ายหาเสียงตามเสาไฟฟ้า กลยุทธ์การเดินทางเสียงตามท้องถนน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ปฏิบัติกันมาอย่างช้านาน โดยทำกันมาโดยไม่สามารถจะวิเคราะห์ได้ว่า จะได้รับเสียงตอบรับจริงหรือไม่ อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่ 4 (สื่อวิทยุ) แสดงความเห็น ว่า กลยุทธ์การใช้เงินทุ่มหาเสียงแบบขาดการประเมิน ทำให้พ่ายแพ้ เพราะการใช้เงินในการหาเสียงนั้น ถ้าขาดฐานมวลชนก็ไม่สามารถเรียกคะแนนเสียงได้ ประชาชนสมัยนี้มีความรู้มีการศึกษาที่สูงขึ้น ดังนั้น การใช้เงินรวมถึง การซื้อสิทธิขายเสียงอาจจะได้ในระยะสั้นๆ แต่ระยะยาวประชาชนไม่ยอมรับแน่นอน และสุดท้าย สื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) เห็นว่า กลยุทธ์การลงชุมชนเฉพาะพื้นที่ฐานเสียงของตนเอง นั่นคือ การลงพื้นที่พบปะประชาชนแบบเลือกพื้นที่ ทำให้คะแนนเสียงต่างๆ มีอยู่เพียงแค่งุ่มก้อนก็จะไม่มีการกระจายกระจาย เพราะการที่ลงพื้นที่โดยไม่เลือกแขวงเลือกชุมชน ไม่เลือกเขตของใคร ทำให้การที่จะได้คะแนนมาจากชาวบ้านที่อาจจะมีความคิดเห็นตรงกัน หรือมีอุดมการณ์คล้ายกัน รวมถึงคนที่มีความรู้ลึกถูกชะตา ก็เป็นไปได้

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถาม เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ผู้สมัครใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งแสดงถึงพัฒนาการของการปกครองส่วนท้องถิ่นมากขึ้นเพียงไร จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน 6 ราย สรุปได้ว่า ความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นก็คือ สื่อมวลชนคนที่ 1 (สื่อโทรทัศน์) สื่อมวลชนคนที่ 2 (สื่อโทรทัศน์) สื่อมวลชนคนที่ 5 (สื่อสิ่งพิมพ์) และสื่อมวลชนคนที่ 6 (สื่อสิ่งพิมพ์) ที่เห็นว่า มีพัฒนาการมาก ซึ่งเห็นได้จากการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้มีความสนใจมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ตั้งแต่เรื่องของการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เรื่องความสนใจในสื่อทุกแขนง เช่น ข่าวสารจากโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รวมถึงข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ในกรณีการเลือกตั้งครั้งนี้ก็มีประชาชนทั่วไปเข้าไปแสดงความเห็นโพสข้อความในอินเทอร์เน็ตกันมากมาย อีกทั้ง ประชาชนที่เคยเฉื่อยชาทางการเมือง กลับมีความสนใจตื่นตัวส่วนหนึ่งเกิดจากความรู้สึกรักในตัวตนนายกฯ 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 แต่มีแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่ามีความแตกต่างกันตามภูมิหลัง 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 กลยุทธ์การใช้นโยบายที่ดูแลรู้สึกถึงความจำเป็น ไปไม่ได้ อีกทั้งกลยุทธ์การแห่บรรดขยายเสียง และการเดินหาเสียงไม่สามารถมีความรู้สึกร่วมจากประชาชน 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 ประสบความสำเร็จด้วยกลยุทธ์การเงิน เช่น ระดมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทีมงานเดินรณรงค์หาเสียง รดแห่หาเสียง เพื่อประชาสัมพันธ์สู่สายตาชาวบ้านให้ได้เห็น ได้ยินการโฆษณาหาเสียงของเบอร์ 2 อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และในครั้งนี้ผู้สมัครที่พ่ายแพ้ในการเลือกตั้งมีการใช้กลยุทธ์โฆษณา นโยบายที่เกินความจริง ซึ่งนโยบายของผู้สมัครหลายๆ รายเป็นนโยบายที่ทำได้ยาก ยังมีความเห็นที่แตกต่างกันออกไปจากสื่อมวลชนคนที่ 2 ที่เห็นว่าเพราะกลยุทธ์การใช้หัวคะแนน และไว้วางใจหัวคะแนน อีกทั้งสื่อมวลชนคนที่ 4 แสดงความเห็นที่ กลยุทธ์การเงินทุ่มหาเสียงแบบขาดการประเมิน ทำให้พ่ายแพ้ และสื่อมวลชนคนที่ 6 เห็นว่ากลยุทธ์การลงชุมชนเฉพาะพื้นที่ฐานเสียงของตนเอง หรือแบบเลือกพื้นที่ ในการเลือกตั้งครั้งนี้กลยุทธ์ที่ผู้สมัครใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง สื่อมวลชน 4 ใน 6 ราย เห็นว่า มีพัฒนาทางการปกครองท้องถิ่นมาก ซึ่งเห็นได้จากการมีส่วนร่วมของประชาชนหลายๆ เรื่องมีเข้าถึงการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เรื่องความสนใจในสื่อทุกแขนง เช่น ข่าวสารจากโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รวมถึงข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นการปลูกให้ประชาชนที่เคยเฉื่อยชาให้ความสนใจในตัว ส่วนหนึ่งเกิดจากความรู้สึกรักในตัวอดีตนายกฯ 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 รวมถึงกลยุทธ์ที่ผู้สมัครนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้างต้นมาวิเคราะห์โดยยึดแนวคิดทฤษฎีที่ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ ทั้ง 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 text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path around the elephant. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved