

ภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์และภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนา
ตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา
THE REQUIRED IMAGE OF POLITICAL PARTY AND CHARTPATTANA
PARTY'S IMAGE IN PERCEPTION OF PEOPLE IN NAKHON RATCHASIMA
PROVINCE

ฉัตรสุรงค์ กองภา
CHATSURANG KONGPHA
วิเชียร ก่อกิจกุล
WICHEAN KORKITKUSON
เนตรชนก บัวนาค
NETCHANAK BUANAK
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
NAKHON RATCHASIMA RAJABHAT UNIVERSITY
จังหวัดนครราชสีมา
NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

รับต้นฉบับ : 17 มิถุนายน 2562 / ปรับแก้ไข : 15 กรกฎาคม 2562 / รับลงตีพิมพ์ : 5 สิงหาคม 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา และ 2) ศึกษาภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา เป็นการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีจับฉลาก ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ คัดเลือกกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ตัวแทนนักวิชาการ ตัวแทนพรรคการเมืองหรือนักการเมือง ตัวแทนผู้นำชุมชนและประชาชน จำนวน 12 ท่าน โดยใช้การสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปแล้วนำมาเปรียบเทียบเหตุการณ์

ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=2.62$, S.D.=0.60) และรายด้านที่อยู่ในอันดับหนึ่งคือ ด้านที่ให้คุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนร่วม ($\bar{X}=2.64$, S.D.=0.59) มีความสอดคล้องกับการสนทนากลุ่มในเรื่องการสร้างความมั่นคงในชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตอบสนองต่อผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก สำหรับภาพรวมของภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=1.97$, S.D.=0.63) และรายด้าน

ที่อยู่ในอันดับหนึ่งคือ ด้านที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน ($\bar{X}=2.01$, S.D.=0.65) มีความสอดคล้องกันกับการสนทนากลุ่มในเรื่องการเป็นพรรคการเมืองที่เน้นประนีประนอม เดินทางสายการทางการเมือง และไม่มีปัญหาเรื่องความขัดแย้งและการกระทำผิดกฎหมาย

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์, ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนา, การรับรู้

ABSTRACT

The purpose of this mixed method in quantitative research was to study 1) the desirable political parties, and 2) the image of Chart Pattana Political Party of the resident in Nakhon Ratchasima. The 400 samples were randomly selected by drawing lots. Questionnaires was used as the instrument with the reliability score at 0.96. The statistical used to analyze the data were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The qualitative research was selected from 12 representatives: academic and political party representatives or politicians, community leaders and citizens. Focus group discussions were performed and analyzed by conclusions and compare events.

The research found that on overall aspect of the desirable political party image indicated at a high level ($\bar{X}=2.62$, S.D.=0.60) and the highest level indicated on the contribution to the economic benefits ($\bar{X}=2.64$, S.D.=0.59), which related to the group discussion on how to create life stability, and well-being and economic growth. The perception on Chart Pattana Party's image indicated at a medium level ($\bar{X}=1.97$, S.D.=0.63) and the highest level on each aspect indicated on good relationship with the citizen ($\bar{X}=2.01$, S.D.=0.65), related to the group discussion on being a compromising, and moderate practice without conflicts and illegal actions.

Keywords : Image of desirable political party, Image of Chart Pattana Party, Perception

บทนำ

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยของประเทศไทย พรรคการเมืองถือเป็นกลไกสำคัญในการได้มาซึ่งฝ่ายบริหาร และฝ่ายนิติบัญญัติที่จะเข้ามาบริหารประเทศให้มีความเจริญรุ่งเรือง พรรคการเมืองเป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างภาคประชาชนกับภาครัฐบาลที่ทำหน้าที่บริหารประเทศ พรรคการเมืองเป็นสถาบันทางการเมืองที่มีความชอบธรรมในการเลือกตัวแทนในรูปแบบการเลือกตั้ง (Election) เพื่อให้ได้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปทำหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากรและผลประโยชน์ของสังคม ประชาชนสามารถให้พรรคการเมืองเป็นตัวแทนในการควบคุมการบริหารราชการแผ่นดินได้อย่างแท้จริง และเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Phanchupetch, 2012, p. 451) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้พรรคการเมืองได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของประชาชนคือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี หากเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองเป็นภาพลักษณ์ประเภทของสินค้าและบริการนั้น พรรคการเมืองก็เปรียบเสมือนบริษัท ที่มีสมาชิกพรรคที่เปรียบเสมือนสินค้าโดยประชาชนทั่วไปสามารถเลือกสรรสินค้า (สมาชิกพรรค) ที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการมาใช้บริการตามเจตจำนงที่ตั้งใจไว้ นั่นคือ การเลือกสมาชิกพรรคการเมืองมาดำเนินการบริหารประเทศและทำการบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้กับประชาชน (Wongmontha, 1998, pp. 39-72)

นครราชสีมา เป็นจังหวัดใหญ่อันดับ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร มีเขตการปกครอง 32 อำเภอ มีประชากรกว่า 2.6 ล้านคน ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งทั้งสิ้นจำนวน 2,048,175 คน มีจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมากที่สุด 1 ใน 5 อันดับแรกของประเทศ คือ มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำนวน 14 คน มีหน่วยออกเสียงทั้งหมดจำนวน 4,376 หน่วย (Nakhon Ratchasima Provincial Election Commission, 2016, p. 38) ฉะนั้นนครราชสีมาจึงเป็นพื้นที่เป้าหมายของพรรคการเมือง ที่ต่างต้องการเข้ามาช่วงชิงที่นั่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรให้ได้มากที่สุด “ชาติพัฒนา” คือพรรคการเมืองที่มีฐานที่มั่นอยู่ที่นครราชสีมา สมาชิกส่วนใหญ่ของพรรคอยู่ที่นครราชสีมา หากย้อนดูการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง ของจังหวัดนครราชสีมาตั้งแต่ปี 2535 ที่เริ่มก่อตั้งพรรคชาติพัฒนา จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2535 พรรคชาติพัฒนาได้ที่นั่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมากถึง 11 ที่นั่ง จากทั้งหมด 15 ที่นั่ง และจากการเลือกตั้ง 3 ครั้ง (ปี พ.ศ. 2538, 2539, 2544) พรรคชาติพัฒนายังคงครองที่นั่งในจังหวัดนครราชสีมาได้ไม่ต่ำกว่า 10 ที่นั่ง กระทั่งมาปี พ.ศ. 2550 พรรคชาติพัฒนาได้ที่นั่งน้อยลงเหลือเพียง 5 ที่นั่ง จากทั้งหมด 16 ที่นั่ง และมาถึงการเลือกตั้งใน ปี พ.ศ. 2554 พรรคชาติพัฒนาได้ที่นั่งที่นครราชสีมาเพียง 4 ที่นั่งเท่านั้น จากทั้งหมด 15 ที่นั่ง (Election Commission, 2018, online)

ฉะนั้นจึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาถึงภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ เพื่อให้ทราบว่าภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองที่ประชาชนต้องการอย่างแท้จริงเป็นอย่างไร และประชาชนชาวจังหวัดนครราชสีมา มีการรับรู้ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาเป็นอย่างไร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งทำการศึกษาประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดนครราชสีมาเป็นสำคัญเพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์และภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมาตรงตามเป้าหมายของงานวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อพรรคการเมืองต่าง ๆ ที่จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาพรรคการเมืองให้เกิดประสิทธิภาพ กำหนดนโยบายและบริหารพรรคได้ตรงตามความต้องการของประชาชนและเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติในการมีพรรคการเมืองที่มีคุณภาพ โดยมีพรรคชาติพัฒนาเป็นกรณีศึกษา อีกทั้งพรรคชาติพัฒนาจะได้นำไปปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนซึ่งจะส่งผลต่อความนิยมและคะแนนเสียงของประชาชนที่มีต่อพรรคชาติพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชน จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์การวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ของประชาชน จังหวัดนครราชสีมา
2. ทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา
3. ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์พรรคการเมืองให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง อันจะส่งผลให้พรรคการเมืองได้รับความนิยมและมีคะแนนเสียงเพิ่มขึ้นในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กรหรือพรรคการเมืองของ Kotler (as cited in Phooksawat, 2013, p. 31) ความสำคัญของภาพลักษณ์ของ Wongmontha (1998, p. 13) การเกิดภาพลักษณ์ทางการเมืองของ Wirawan (1984, online) และ กระบวนการรับรู้ของ Chaisopa (2006, p. 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของ Bumrunpol (2013, p. 9) รวมถึง ภาพลักษณ์

พรรคการเมืองที่สังคมต้องการ เพราะไม่ว่าพรรคการเมืองนั้นจะเป็นพรรคขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมและประชาชน พรรคการเมืองที่สังคมให้ความชื่นชม ชื่นชอบ จะเป็นพรรคที่ได้รับความนิยมและมีความมั่นคง เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ ดร. อำนวย วีรวรรณ นักวิชาการ ที่ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์องค์กรที่สังคมต้องการไว้ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับพรรค/นักการเมืองที่สังคมต้องการได้ (Wirawan, 1984 as cited in Khongthon, 2017, unpagged)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed method research) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประกอบด้วย ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 6 เขตการเลือกตั้ง รวมจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด 2,054,425 คน (Nakhon Ratchasima Provincial Election Commission, 2016, p. 38) ทำการสุ่มตัวอย่าง 1 เขตการเลือกตั้ง ด้วยวิธีการจับสลาก โดยเขียนรายชื่อเขตเลือกตั้งทั้ง 6 เขต ใส่ลงในภาชนะคนให้เข้ากัน แล้วหยิบขึ้นมา ผลปรากฏว่าได้กลุ่มตัวอย่างเขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดนครราชสีมา คือ อำเภอเมือง และอำเภอขามทะเลสอ จำนวน 380,510 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane (1973, p. 727) ได้เท่ากับ 399.55 ดังนั้นงานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยและมีคุณสมบัติดังนี้คือ ตัวแทนนักวิชาการด้านการเมือง การปกครอง ตัวแทนพรรคการเมืองหรือนักการเมืองซึ่งดำรงตำแหน่งทางการเมืองมาแล้วไม่น้อยกว่า 8 ปี ตัวแทนผู้นำชุมชนและประชาชน รวม 12 ท่าน ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปแล้วนำมาเปรียบเทียบเหตุการณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์พรรคการเมือง อันพึงประสงค์และภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดที่มีคำตอบให้เลือกตอบ (Multiple choice) ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ และภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นคำถามจัดข้อมูลประเภทอันตรภาพ (Interval scales) แบบให้เลือกตอบ 3 ระดับ ตามวิธีของ Wanichabantha (2009, p. 155) ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย จำนวน 6 ด้าน ดังนี้ 1) ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่เจริญก้าวหน้าทันโลก 2) ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีสัมพันธ์อันดีกับประชาชน 3) ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ 4) ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม 5) ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ปฏิบัติงานภายใต้กรอบของกฎหมายบ้านเมือง 6) ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง

ตอนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะอย่างอิสระและเสรีเกี่ยวกับประเด็นภาพลักษณ์พรรคการเมือง อันพึงประสงค์และภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา

ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ทุกข้อ และหาค่า Reliability ได้เท่ากับ 0.92 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) (Si Sa-at, 2013, pp. 116-119) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview guide) แบบมีโครงสร้าง โดยนำข้อสรุปจากแบบสอบถาม มาเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ ซึ่งผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยมีการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus group) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปแล้วนำมาเปรียบเทียบเหตุการณ์

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การศึกษาภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา

ภาพลักษณ์พรรคการเมือง	ระดับความต้องการ		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่เจริญก้าวหน้าทันโลก	2.61	0.59	มาก
2. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน	2.63	0.60	มาก
3. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ	2.60	0.62	มาก
4. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม	2.64	0.59	มาก
5. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ปฏิบัติงานภายใต้กรอบกฎหมายบ้านเมือง	2.63	0.60	มาก
6. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง	2.62	0.62	มาก
รวม	2.62	0.60	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=2.62$, S.D.=0.60) และรายด้าน พบว่า อันดับที่ 1 คือ ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม ($\bar{X}=2.64$, S.D.=0.59) อันดับที่ 2 คือ ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ปฏิบัติงานภายใต้กรอบกฎหมายบ้านเมือง ($\bar{X}=2.63$, S.D.=0.60) และภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน ($\bar{X}=2.63$, S.D.=0.60) อันดับที่ 3 คือ ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง ($\bar{X}=2.62$, S.D.=0.62) อันดับที่ 4 คือ ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่เจริญก้าวหน้าทันโลก ($\bar{X}=2.61$, S.D.=0.59) และอันดับที่ 5 คือ ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=2.60$, S.D.=0.62)

2. ผลการศึกษาภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชน จังหวัดนครราชสีมา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชน จังหวัดนครราชสีมา

ภาพลักษณ์พรรคการเมือง	ระดับการรับรู้		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่เจริญก้าวหน้าทันโลก	1.99	0.58	ปานกลาง
2. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน	2.01	0.65	ปานกลาง
3. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ	1.94	0.61	ปานกลาง
4. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม	1.96	0.65	ปานกลาง
5. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่ปฏิบัติงานภายใต้กรอบกฎหมายบ้านเมือง	2.00	0.64	ปานกลาง
6. ภาพลักษณ์พรรคการเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง	1.96	0.64	ปานกลาง
รวม	1.97	0.63	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมประชาชนรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=1.97$, S.D.=0.63) และรายด้านพบว่า อันดับที่ 1 คือ ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน ($\bar{X}=2.01$, S.D.=0.65) อันดับที่ 2 คือ ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่ปฏิบัติงานภายใต้กรอบกฎหมายบ้านเมือง ($\bar{X}=2.00$, S.D.=0.64) อันดับที่ 3 คือ ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่เจริญก้าวหน้าทันโลก ($\bar{X}=1.99$, S.D.=0.58) อันดับที่ 4 คือ ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม ($\bar{X}=1.96$, S.D.=0.65) และภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง ($\bar{X}=1.96$, S.D.=0.64) และอันดับที่ 5 คือ ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=1.94$, S.D.=0.61)

ผลการสัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

ภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์ของประชาชน จังหวัดนครราชสีมา มีดังนี้

1. ต้องสร้างความมั่นคงในชีวิตให้กับประชาชนทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี
2. สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตอบสนองต่อผลประโยชน์ ของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้อง
3. ต้องเคารพกฎกติกาของบ้านเมืองโดยเฉพาะรัฐธรรมนูญ และมีคุณธรรมจริยธรรม ปฏิบัติตามหลักศีลธรรมอันดีรักษาปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน ท้องถิ่นและประเทศชาติเป็นสำคัญ
4. กลไกกฎกติกาของรัฐต้องเอื้อต่อการพัฒนาเติบโตของพรรคการเมืองให้มีความเข้มแข็งมั่นคง
5. ต้องมีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน เข้าใจความต้องการ เข้าถึง ใสใจทุกขุสขุความเป็นอยู่ของประชาชนทุกระดับตั้งแต่กลุ่มคนรากหญ้าไปถึงกลุ่มผู้ที่มีฐานะดีทางสังคม
6. มีผลงานถูกใจและประชาชนพึงพอใจ โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง
7. ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง ไปอย่างรวดเร็ว ไม่ย่ำอยู่กับที่
8. มีนโยบายที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลง เพื่อให้การดำเนินงานเข้ากับสถานการณ์ของโลก ต้องเปลี่ยนถ่ายจากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกหนึ่ง โดยเปิดรับคนรุ่นใหม่เข้ามาในพรรคเพื่อตอบโจทยการรู้เท่าทันโลกที่เปลี่ยนแปลงไป
9. พรรคการเมืองที่ดีจะต้องมาจากนักการเมืองที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณ สร้างบุคคลต้นแบบ หรือ Role Model ของนักการเมืองที่ดี มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจรรยาบรรณ กล่าวหาญ เสียสละ อยู่ในพรรคการเมืองนั้น

10. การทำงานต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส สุจริต และทำได้จริง ทำอย่างรวดเร็ว ใส่ใจในการแก้ไขปัญหา ให้ประชาชน มีความเข้มแข็ง มั่นคง พัฒนาให้เป็นสถาบันทางการเมืองที่ประชาชนยอมรับ นับถือ เชื่อมมั่นและศรัทธา สมาชิกสามารถใช้อิทธิพลที่เสียได้อย่างเสมอภาคกัน ต้องรับฟังแนวคิดของสมาชิกเพื่อจะนำข้อมูลไปพัฒนาพรรคการเมืองต่อไป

ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ของประชาชนจังหวัดนครราชสีมา สรุปได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อดี ได้แก่

1.1 เป็นพรรคการเมืองที่ปฏิบัติตามกรอบของกฎหมายบ้านเมือง และไม่มีปัญหา เรื่องการฟ้องร้องดำเนินคดีทางการเมือง ขณะเข้าร่วมรัฐบาลได้ดูแลกระทรวงต่าง ๆ ไม่มีปัญหา ในการถูกอภิปรายไม่ไว้วางใจจากฝ่ายค้าน

1.2 เป็นพรรคขนาดกลาง และวางภาพลักษณ์ให้เป็นพรรคที่เน้นการประนีประนอม เดินทางสายกลางทางการเมือง เลือกลงที่เสียน้อยสุดมากกว่าจะเน้นการได้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งภาพลักษณ์ของพรรคจะอิงกับบุคลิกของนายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ แกนนำพรรค ทำให้ชาติพัฒนาไม่มีปัญหาเรื่องความขัดแย้งและการกระทำผิดกฎหมายพรรคชาติพัฒนา

1.3 เป็นพรรคการเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมโคราชมากกว่าพรรคการเมืองอื่น เข้าถึงและเข้าใจประชาชนชาวโคราช (ชาวจังหวัดนครราชสีมา)

2. ข้อจำกัด ได้แก่

2.1 มีผลงานที่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจไม่โดดเด่น แม้ว่าจะผลักดันหลายโครงการให้เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา แต่ขาดการต่อยอดให้เกิดความยั่งยืน หลายโครงการใหญ่ถูกทิ้งไว้ไม่ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น แต่ชาติพัฒนายังมีความพยายามที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและจังหวัดให้ดีขึ้น ผลักดันโครงการสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมา

2.2 ฐานหลักของพรรคดำรงอยู่ด้วยการสนับสนุนอย่างเข้มแข็งของคนโคราชทำให้ประชาชนคุ้นเคยมีสัมพันธ์อันดี มีความรู้สึกที่ดีต่อพรรคชาติพัฒนา มั่นใจในพรรคชาติพัฒนา แต่เป็นเพียงบางพื้นที่เท่านั้น พรรคชาติพัฒนายังไม่สามารถเข้าถึงและเข้าใจประชาชนได้ครอบคลุมทั้งจังหวัด

2.3 การทำงานทางการเมืองหรือการประสานติดต่อกับประชาชน ยังใช้รูปแบบเดิมในการทำกิจกรรมทางการเมือง คือใช้ตัวบุคคล หน้าเดิมเป็นหลัก ไม่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเก็บข้อมูลให้เป็นระบบ และไม่มีการอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่

2.4 การบริหารจัดการจะเป็นแบบพรรคเล็ก การตัดสินใจขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจในพรรคเพียงคนเดียว หรือ เป็นพรรคที่มีเจ้าของ คือ การสั่งการก็จะอยู่ที่คนเดียวไม่ใช่สถาบัน

2.5 มีบุคลากรน้อยขาดจุดยืนที่ชัดเจนในการทำงานทางการเมือง พร้อมเข้าร่วมรัฐบาลได้ทุกครั้งที่มีโอกาส นำนโยบายของพรรคมาสู่การปฏิบัติได้ลำบากเนื่องจากไม่ใช่พรรคการเมืองหลักในรัฐบาล ผลงานจึงไม่โดดเด่น ส่งผลต่อความนิยมที่ถดถอยลง โดยเห็นได้จากจำนวน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ของพรรคและฐานคะแนนที่ลดลงต่อเนื่อง นอกเขตจังหวัดนครราชสีมาฐานเสียงน้อยมากหรือแทบไม่มีเลย

อภิปรายผล

ภาพรวมของภาพลักษณ์พรรคการเมืองอันพึงประสงค์จากงานวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ประชาชนมีความต้องการพรรคการเมืองที่มีภาพลักษณ์ทุกด้านในระดับมาก โดยรายด้านที่อยู่ในอันดับหนึ่งคือ ด้านที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนร่วม มีความสอดคล้องกับการงานวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องการสร้าง ความมั่นคงในชีวิต

ความเป็นอยู่ที่ดีและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตอบสนองต่อผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก ซึ่งพรรคการเมืองต้องการสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ นำพาบ้านเมืองและประเทศชาติไปสู่ความเจริญก้าวหน้า สร้างความผาสุก ความอยู่ดีกินดีให้แก่ประชาชน ทำให้ประชาชนมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้อง ซึ่งข้อค้นพบนี้สนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของ อำนวนัย วีรวรรณ (as cited in Kongthon, 2017, unpagged) และ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (as cited in Kamonsucharitphan, 2004, pp. 120-125) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์องค์กรหรือพรรคการเมืองที่สังคมต้องการไว้ 6 ด้าน คือ ภาพลักษณ์ของพรรคที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม และที่เขียนไว้ในหนังสือเรื่อง “ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์ กับภาพพจน์” ระบุว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมสร้างเศรษฐกิจและสังคม ตามลำดับ

สำหรับภาพรวมของภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาตามการรับรู้ งานวิจัยเชิงปริมาณพบว่าประชาชนมีการรับรู้ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายด้านที่อยู่ในอันดับหนึ่งคือ ด้านที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน มีความสอดคล้องกันกับการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องการเป็นพรรคการเมืองที่เน้นประนีประนอมเดินสายกลางทางการเมือง ไม่มีปัญหาเรื่องความขัดแย้งและการกระทำผิดกฎหมาย ซึ่งพรรคชาติพัฒนาเป็นพรรคการเมืองที่เกิดจากการสนับสนุนของคนโคราช ฐานที่มั่นสำคัญของพรรคอยู่ที่โคราช ประชาชนมีความผูกพันกับพรรคตั้งแต่การก่อตั้งพรรคในปี 2535 โดย พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ มีผลงานในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐาน เช่น การก่อสร้างถนนมิตรภาพ 6 เลน ขยาย เป็น 8 เลน ก่อตั้งเขตอุตสาหกรรมสุรนารี สวนสัตว์นครราชสีมาใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน การสร้างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และการสร้างสนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษาซึ่งเคยมีการจัดงานใหญ่อย่างการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 24 เป็นต้น ทำให้ชาติพัฒนามีความผูกพันกับชาวโคราชมายาวนานเสมือนญาติมิตร พรรคดำรงอยู่ได้ด้วย การสนับสนุนของสมาชิกพรรคที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นหลัก ทำให้ประชาชนคุ้นเคยมีความสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกที่ดีต่อพรรคชาติพัฒนามั่นใจในตัวพรรค ต้องยอมรับว่า พรรคชาติพัฒนาเข้าถึงประชาชนและใกล้ชิดกับชาวโคราช แต่ยังไม่สามารถเข้าถึงใจประชาชนได้ครอบคลุมทั้งจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับ Sope (2015, p. 1) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางนกแขวก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ Chinnabut (2016, p. 1) ที่ศึกษาเรื่อง ความนิยมทางการเมืองของพรรคชาติไทยพัฒนาในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ประชาชนมีความนิยมทางการเมืองต่อพรรคชาติไทยพัฒนาในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดนี้เพราะจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นฐานเสียงหลักสำคัญของพรรคชาติไทยพัฒนา และพรรคมีการผลักดันงบประมาณมาพัฒนาทุกด้านจนมีผลงานโดดเด่นเป็นที่ยอมรับของประชาชนอย่างชัดเจน เช่นเดียวกับพรรคชาติพัฒนา ที่มีฐานเสียงหลักสำคัญอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมาให้เห็น ได้ว่าทั้งสองพรรคประชาชนมีความนิยมทางการเมืองเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองที่มีขนาดเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้เป็นแนวทางในการทำกิจกรรมทางการเมืองที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและประเทศชาติได้อย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 พรรคชาติพัฒนาควรมีให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านภาพลักษณ์พรรคการเมือง เปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นสถาบันทางการเมือง รวมถึงการนำนโยบายที่แสดงต่อประชาชนมาสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.2 พรรคชาติพัฒนาควรมีการปรับปรุงระบบการดำเนินงานโดยการใช้การสื่อสารแบบบูรณาการเน้นการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์พรรคทั้ง เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก กลุ่มไลน์ และควรสร้างคนรุ่นใหม่เข้าร่วมทำกิจกรรมกับทางพรรค ให้อำนาจในการตัดสินใจแบบประชาธิปไตยกับบุคลากรภายในพรรค

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการนำคุณสมบัติพรรคการเมืองอันพึงประสงค์ทั้ง 6 ด้าน ไปใช้เป็นรูปแบบในการศึกษาเกี่ยวกับพรรคการเมืองระดับต่าง ๆ ของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อค้นพบภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ใหม่ที่ใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานทางการเมืองให้เข้าถึงประชาชนมากยิ่งขึ้น สามารถนำมากำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาภาพลักษณ์พรรคการเมืองให้มีศักยภาพต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาโดยบัณฑิตวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2561 ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำหรับการสนับสนุนให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- Bumrungpol, C. (2013). *KNOWLEDGE AND PERCEPTION OF PUBLIC INFORMATIO CHANNELS FOR THE ELECTION FOR THE HOUSE OF REPRESENTATIVES OF THE PEOPLE IN MUANG CHONBURI MUNICIPALITY, CHONBURI PROVINCE*. A Special problems for the Degree of Public Administration in General Administration, Graduate School of Public Administration, Burapha University, Chonburi. (In Thai)
- Chaisopa, S. (2006). *A PERCEPTIVE OF ORGANIZATION CLIMATE FOR PERSONNEL IN AUTOMOTIVE FACTORY : CASE STUDY IN ASAHI SOMBOON ALUMINIUM, CO, LTD*. A Thesis for the Degree of Master of Arts in Social Sciences for Development Rajabhat Rajanagarindra University, Chachoengsao. (In Thai)
- Chinnabut, W. (2016). *Political Popularity of Chart Thai pattana party in Suphan Buri Province*. Bangkok : Faculty fo Political Science, Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Election Commission. (2018). *Political party*. Retrieved May 16, 2018, from http://ect.go.th/ewt/ewt/ect_th/news_page.php?nid=863 (In Thai)
- Kamonsucharitphan, P. (2004). *Image communication : A case study of the Thai Rak Thai Party*. An Individual Study for the Degree of Master of Arts program in Corporate Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Bangkok. (In Thai)

- Kongthon, N. (2017). *Creating political image*. Nakhon Ratchasima : Nakhon Ratchasima Rajabhat University. (In Thai)
- Nakhon Ratchasima Provincial Election Commission. (2016). *Internal document, data base area, number of voting units, population with voting rights*. Nakhon Ratchasima : n.p. (In Thai)
- Phanchupetch, C. (2012). *Politics and government in Thailand* (8th ed., revised version). Pathumthani : PUNCH GROUP. (In Thai)
- Phooksawat, A. (2013). *Public relations for image building* (2nd ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Si Sa-at, B. (2013). *Preliminary research* (9th ed.). Bangkok : Suwiyiyan. (In Thai)
- Sope, N. (2015). *The Relationship between the Perception of the Public Relations and Perception of the Image Recognition in the Municipality Bangkokkhwaek District, Samut Songkhram*. An Independent Study or the Degree Master of Arts Program in Public and Private Management, Graduate School, Silpakorn University, Nakhonpathom. (In Thai)
- Techamongkhonsiri, P. (2013). *Perception Image of Schneider Electric (Thailand) Ltd. From Customer Who Living in Bangkok*. An Individual Study for the Degree of Master of Arts program in Corporate Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Bangkok. (In Thai)
- Wanichabanha, K. (2009). *Statistics for research* (4th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University. (In Thai)
- Wirawan, A. (1984). *Crisis resolution and image creation for the organization*. Retrieved March 1, 2018, from <http://info.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=32640> (In Thai)
- Wongmontha, S. (1998). *How is that image important?*. Bangkok : Thirafilm and Sitex. (In Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York : Harper and Row.

ผู้เขียนบทความ

นางสาวฉัตรสุรางค์ กองภา

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการสื่อสารแบบบูรณาการ
(การสื่อสารทางการเมือง) บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
เลขที่ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา 30000
E-mail: Ckongpha@gmail.com

ดร.วิเชียร ก่อกิจกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์เนตรชนก บัวนาค

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา