



กระบวนการสื่อสารทางการเมืองและภาวะผู้นำของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์:
ศึกษาในช่วงเวลาดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร*
THE PROCESS OF POLITICAL COMMUNICATION AND LEADERSHIP OF
MR. CHADCHART SITTIPUNT AS BANGKOK GOVERNOR

มณัญญา วิภัติภูมิประเทศ, นันทนา นันทวารopoulos
Mananya Vipattipumiprates, Nantana Nantavaropas
วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก
Political Communications College, Krirk University
Corresponding Author E-mail: mananya@upd.co.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาบริบททางการเมืองที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ 2. ศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ และ 3. ศึกษาภาวะผู้นำของนายชัชชาติในระหว่างดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือวิจัยได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลจำนวน 39 คน การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการวิจัยเอกสารจากแหล่งต่าง ๆ โดยวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักการลดทอนข้อมูล แสดงข้อมูลอธิบาย และทำการสังเคราะห์ตามหลักเหตุผลทางวิชาการ

ผลการวิจัยพบว่า 1. บริบททางการเมืองหลังรัฐประหาร พ.ศ. 2557 มีการแบ่งขั้วทางการเมืองอย่างชัดเจน การแสดงเจตจำนงลงรับสมัครเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ในนามอิสระของนายชัชชาติ แสดงให้เห็นว่าพร้อมจะร่วมมือกับทุกฝ่ายเพื่อบริหารจัดการปัญหาของกรุงเทพฯ ทำให้ได้ฐานเสียงจากทุกกลุ่ม จนชนะเลือกตั้งแบบ “แลนด์สไลด์” 2. นายชัชชาติเป็นผู้ส่งสารที่มีทักษะการสื่อสารที่โดดเด่น มีภาพลักษณ์นักบริหารรุ่นใหม่ ทำงานมุ่งมั่น วางตัวเป็นมิตร ประนีประนอม สุภาพ มักสื่อสารให้เห็นการทำงานของตนเองอย่างโปร่งใส เนื้อหาที่ใช้สื่อสารเป็น “สาร” ที่เข้าถึงเป้าหมาย เน้นเนื้อหาที่ต้องการหาแนวร่วมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายและพัฒนาเมืองกรุงเทพฯ ให้ดีกว่าเดิม ผ่านช่องทางสื่อสารที่โดดเด่นที่สุด คือ สื่อโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊ก, ยูทูป, ทวิตเตอร์ รวมถึงระบบ “ทราฟฟี่ฟองดูว์” ที่นำมารับมือปัญหาจากประชาชน และการสื่อสารแบบเผชิญหน้าเป็นอีกหนึ่ง

*Received June 1, 2025; Revised August 15, 2025; Accepted August 19, 2025





ช่องทางที่ใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จนกระทั่งได้รับเลือกตั้งก็ยังคงลงพื้นที่พบประชาชน กรุงเทพฯ สม่่าเสมอ และ 3. นายชัชชาติมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของเบอร์นและบาส
คำสำคัญ: สื่อสารทางการเมือง; ภาวะผู้นำ; ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

Abstract

Objectives of this research paper were: 1. To study the political context that affected Mr. Chadchart 's political communication, 2. To study Mr. Chadchart 's political communication process, and 3. To study Mr. Chadchart 's leadership during his tenure as Governor of Bangkok from 2022 to 2024, This study employed qualitative research design. Research tools included in-depth interviews with 39 informants, non-participatory observations, and research of documents from various sources by analyzing data based on the principle of data reduction. Presenting explanatory information and synthesizing it according to academic reasoning.

The research results were found that 1. The political context after the 2014 coup was clearly politically polarized. Mr. Chadchart 's expression of his intention to run for the Bangkok Governor election as an independent showed that he was ready to cooperate with all parties to manage Bangkok's problems, gaining votes from all groups, and winning the election in a “landslide” manner. 2. Mr. Chadchart was a messenger with outstanding communication skills. He projected the image of a new generation of executives, work commitment, friendliness, being conciliatory, politeness, and often communication of his work transparently. The content used to communicate was a “message” that reached the target. The most prominent communication channels were social media such as Facebook, YouTube, Twitter, as well as the “Traffee Fondue” system that was used to receive reports of problems from the public. and 3. Mr. Chadchart had the transformational leadership according to Byrne and Bass.

Keywords: Political Communication; Leadership; Bangkok Governor





บทนำ

กรุงเทพมหานคร เป็นการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่มีความสำคัญ เป็นเมืองหลวงศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นเมืองที่เป็นจุดเชื่อมต่อทางภูมิศาสตร์ระดับโลก และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของประชาคมโลก การปกครองจึงมีลักษณะพิเศษต่างจากจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความเจริญและความคล่องตัวในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ ให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นจังหวัดเดียวที่มีผู้ว่าราชการมาจากการเลือกตั้งของประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้น การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ จึงมีความสำคัญ

การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ พ.ศ. 2565 เป็นการเลือกตั้งในรอบ 9 ปี นับตั้งแต่ พ.ศ. 2556 และล่าช้าออกไปเพราะรัฐประหาร พ.ศ. 2557 (พิชัญ พงษ์สวัสดิ์, 2565) ผลการเลือกตั้งปรากฏว่า นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้สมัครอิสระ หมายเลข 8 ชนะเลือกตั้งด้วยคะแนนมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ถึง 1,386,769 เสียง (คนข่าว 2499, 2565) ทั้งนี้ นายชัชชาติได้ประกาศตัวตั้งปี พ.ศ. 2562 ว่าต้องการลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ก่อนผู้สมัครคนอื่น ๆ กว่า 2 ปี (ขมัยพร หนูนภักดี, 2566) นับตั้งแต่ นายชัชชาติ ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ คนที่ 17 อย่างเป็นทางการก็ได้ลงพื้นที่ไปทำงานทุกแห่งด้วยตัวเองแบบ “ชัชชาติสไตล์” ถ่ายทอดสดให้สาธารณชนได้เห็นจนเกิดปรากฏการณ์ “ชัชชาติ พีเวอร์” (สราลี คงบุญ, 2565) โดนใจประชาชนผ่านทางเพจชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ทำให้เห็นการทำงานของกรุงเทพฯ อย่างโปร่งใส ถือเป็นจุดเด่นในการสื่อสารการเมืองของ นายชัชชาติ นอกจากนี้ สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น อินสตาแกรม, ทวิตเตอร์, ไลน์ และติ๊กต็อกในนามกลุ่มเพื่อนชัชชาติยังสร้างการสื่อสารทางการเมืองที่หลากหลายกับกลุ่มคนรุ่นใหม่อีกด้วย

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โโล (Berlo, 1960) มาเป็นกรอบการศึกษา เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของนายชัชชาติ ภายใต้บริบททางการเมืองปี พ.ศ. 2565 - 2567 ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) คือ นายชัชชาติ ประกอบด้วย ภูมิหลัง ความรู้ ทักษะในการสื่อสาร ทศนะคติ และภาวะผู้นำ สาร (Message) ประกอบด้วย เนื้อหาของสาร โครงสร้างสาร และสารที่ถูกส่งออกไปในแต่ละช่วงเวลา ส่วนช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้แก่ การใช้สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิเช่น สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อบุคคล และสื่อมวลชน ส่วนผู้รับสาร (Receiver) ประกอบด้วย ชาวกรุงเทพฯ ข้าราชการกรุงเทพฯ สมาชิกสภากรุงเทพฯ คนรุ่นใหม่ และคนต่างจังหวัด เมื่อสื่อสารออกไปแล้ว ประชาชนรับรู้บทบาทและภาวะผู้นำของนายชัชชาติในห้วงปี พ.ศ. 2565 - 2567 อย่างไร ส่วนแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของเบอร์น (Burns,





1978) และบาส (Bass, 1998) นำมาใช้ประกอบการศึกษาว่านายซัชชาติมีบทบาทและภาวะผู้นำทางการเมืองเป็นเช่นไร มีการจัดการความขัดแย้งในการทำงานอย่างไร และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงานนายซัชชาติปฏิบัติตัวเป็นผู้นำแบบใด

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่านายซัชชาตินับเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ที่มีภาวะผู้นำและมีความโดดเด่นในการสื่อสารทางการเมืองเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารทางการเมืองและภาวะผู้นำของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ : ในช่วงเวลาดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ที่ประสบความสำเร็จต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาบริบททางการเมืองที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายซัชชาติในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567
2. ศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายซัชชาติในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567
3. ศึกษาภาวะผู้นำของนายซัชชาติในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นการศึกษาปรากฏการณ์ในบริบทจริงเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาคัดเลือกบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นที่ศึกษา รวมทั้งสิ้นจำนวน 39 คน จำแนกได้ดังนี้ 1. กลุ่มทีมงานผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 คน 2. กลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารการเมือง จำนวน 4 คน 3. กลุ่มสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน 4. กลุ่มข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 คน 5. กลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 19 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสนทนา





และเจาะลึกประเด็นวิจัย 2. แบบสังเกตการณ์ (Observation Form) สำหรับบันทึกเหตุการณ์และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง 3. การบันทึกภาคสนาม (Field Notes) เพื่อจดบันทึกรายละเอียดเพิ่มเติมระหว่างการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้มั่นใจว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนนำไปใช้จริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้ ดำเนินการประสานงานและนัดหมายผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล (Informed Consent) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พร้อมทั้งทำการสังเกตการณ์ทั้งในสถานการณ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทำการบันทึกเสียงและจดบันทึกภาคสนาม (Field Notes) ควบคู่กันไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์มาดำเนินการดังนี้ การจัดการข้อมูล ทำการถอดความ (Transcription) จากเทปบันทึกเสียง และรวบรวมข้อมูลจากการบันทึกภาคสนาม แล้วนำมาอ่านทบทวนเพื่อทำความเข้าใจภาพรวม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Coding) ตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย การตรวจสอบข้อมูล ใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2543) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งและหลายวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้องและเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. บริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567 หลังการรัฐประหารของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในปี พ.ศ. 2557 ทำให้บริบทการเมืองไทยเข้าสู่ยุคทหารควบคุมอย่างเต็มรูปแบบ มีการจำกัดสิทธิเสรีภาพ การชุมนุม และการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์ข้อมูลมติชน, 2558) จนกระทั่งประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และให้มีการเลือกตั้งทั่วไปในวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2562 นับเป็นการเลือกตั้งทั่วไปครั้งแรกหลังการรัฐประหาร พ.ศ. 2557 (คริส เบเคอร์ และผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2566) จากนั้นในปี พ.ศ. 2562 นายชัชชาติได้ลาออก





จากพรรคเพื่อไทย ประกาศลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครฯ ในนามอิสระ เนื่องจากความขัดแย้งของการเมืองระดับชาติยังคงมีอยู่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2565 คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ประกาศให้มีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครฯ หลังจากที่ว่างเว้นมานาน ผลการเลือกตั้งปรากฏว่า นายชัชชาติได้คะแนนสูงสุดในประวัติศาสตร์ การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครฯ (ราช รัมภ์, 2565)

2. กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ ในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567 กระบวนการสื่อสารของนายชัชชาติ เป็นไปตามแบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (David K. Berlo) ได้แก่

2.1 ผู้ส่งสาร (Sender) นายชัชชาติเป็นผู้ที่มีทักษะการสื่อสารที่โดดเด่น มีบุคลิกที่เป็นมิตร ประณีประนอม ไม่ก้าวร้าวแม้จะถูกโจมตีจากฝ่ายตรงข้าม และไม่ถือตัว มีทัศนคติทางการเมืองตามแนวทางประชาธิปไตย มีจุดยืนต่อต้านรัฐประหารชัดเจน และเปรียบกรุงเทพมหานครฯ เป็นร่างกายมนุษย์ที่มีเส้นเลือดใหญ่อยู่ส่วนกลาง มีเส้นเลือดฝอยกระจายไปยังส่วนต่าง ๆ เหมือนกับชุมชนที่เป็นหน่วยย่อยของกรุงเทพมหานครฯ ที่ต้องพัฒนาให้แข็งแรง นายชัชชาติเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน จึงสามารถนำเอาความรู้มาใช้ปรับตัวให้เข้ากับระบบสังคมและวัฒนธรรมทั้งสองได้เป็นอย่างดี

2.2 เนื้อหาสาร (Messages) ผู้วิจัยแบ่งสารออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ สารช่วงรณรงค์หาเสียง ได้แก่ 1. “ชัชชาติชวนคุย คนกรุงเทพฯ ช่วยคิด” 2. “Better Bangkok รวมพลังสร้างกรุงเทพฯ ที่ดีกว่าเดิม” 3. “บ้านใกล้เรือนเคียงช่วยเหลือซึ่งกันและกัน” 4. “ร่วมด้วยช่วยกัน เป็น ‘เพื่อนชัชชาติ’” 5. “เข้าใจ มุ่งมั่น ทำงาน เพื่อชาว กรุงเทพฯ” 6. “กรุงเทพฯ เมืองน่าอยู่สำหรับทุกคน” 7. “หาเสียงแบบรักเมือง” 8. “สภากาแฟเพื่อนชัชชาติ ระดมสมองชาว กรุงเทพฯ” 9. ‘ทำงาน ทำงาน ทำงาน’ 10. ‘นโยบายรายเขต’ 11. กรุงเทพฯ ต้องดูแลตั้งแต่ “ลมหายใจแรก” จนถึง “ลมหายใจสุดท้าย” ของชีวิต 12. “กรุงเทพฯ ยังมีความหวัง” 13. “ผู้ว่าฯ เทียงคีน” และสารช่วงดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครฯ ได้แก่ 1. “เป็นผู้ว่าฯ ของคนกรุงเทพฯ ทุกคน” 2. “อย่าเรียกผมว่านาย” 3. ‘ผู้ว่าฯ สัญจร พบทุกชุมชน’ 4. ‘หันหลังให้ผู้ว่าฯ หันหน้าให้ประชาชน’ 5. เพราะเพื่อนร่วมงานคือคนสำคัญ 6. กรุงเทพฯ พื้นที่แห่งความเท่าเทียม และความหลากหลายทางเพศ 7. “ชัชชาติสไตล์” 8. ‘12 เทศกาล 12 เดือน เสริมเศรษฐกิจกรุงเทพฯ’ 9. “แยกขยะลดมลภาวะ” 10. ‘Trafy Fondue ร้องเร็ว จัด การเร็ว’ 11. ‘นโยบาย 9 ด้าน 9 ดี ทำตลอด 365 วัน’ 12. ‘สองปีเห็นผล เปลี่ยน ปรับ ยกระดับเมืองน่าอยู่’

2.3 ช่องทางการสื่อสาร (Channels) แบ่งออกเป็น 5 ช่องทางที่สำคัญ ๆ คือ 1. การสื่อสารผ่านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ 1.1 รณรงค์หาเสียงผ่านสื่อสิ่ง พิมพ์





ตามแนวทาง “หาเสียงแบบรักเมือง” 1.2 รณรงค์หาเสียงผ่านป้ายหาเสียงที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ ด้วยการตัดเย็บเป็นกระเป๋าและผ้ากันเปื้อน ช่วยลดปริมาณขยะของเมือง

1.3 รณรงค์หาเสียงผ่านรถพลังงานไฟฟ้า EV ลดมลพิษตามแนวคิดสีเขียวรักษ์โลก

1.4 รณรงค์หาเสียงผ่านการ์ตูน (Comics) นำเสนอนโยบาย 216 ข้อ 1.5 รณรงค์หาเสียงผ่านการจัดปราศรัยย่อย ใช้กลยุทธ์ดาวกระจายลงพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของกรุงเทพฯ

1.6 รณรงค์หาเสียงผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ถูกเชิญให้ไปแสดงวิสัยทัศน์ของผู้สมัครผ่านสื่อโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ

2. การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนกระแสหลัก ได้แก่ 2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 2.2 สื่อโทรทัศน์ 2.3 สื่อวิทยุ

3. การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ได้แก่ 3.1 เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารเพื่อรณรงค์หาเสียงจนกระทั่งดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ เพื่อให้ติดตามดูการทำงาน และรับฟังปัญหาของประชาชนโดยตรง 3.2 ตี๊กต็อก (TikTok) ใช้สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ เนื้อหาสารจึงไม่เป็นทางการ เน้นความสนุกสนานและเป็นกันเอง 3.3 ทราฟฟี่ ฟองดูว์ (Traffy Fondue) นำมาใช้เป็นเครื่องมือรับแจ้งปัญหาเส้นเลือดฝอยจากประชาชน 3.4 อินสตาแกรม (Instagram) ใช้สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ เนื้อหาสารเกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบายต่าง ๆ และผลงานที่ดำเนินเสร็จสิ้น 3.5 ทวิตเตอร์ (Twitter) ใช้สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ ประชาสัมพันธ์ผลงานตามนโยบายต่าง ๆ และผลงานที่ดำเนินการไปแล้ว 3.6 ยูทูบ (YouTube) ใช้สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ เนื้อหาจึงไม่เป็นทางการ เน้นความสนุกสนานและเป็นกันเอง 3.7 เว็บไซต์ (Website) ใช้สื่อสารอย่างเป็นทางการเพื่อตอบทุกข้อสงสัยเกี่ยวกับนายชัชชาติ 4. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า หลังจากที่ประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2562 นายชัชชาติก็ได้เดินสายไปพบปะประชาชนอย่างสม่ำเสมอ จนกระทั่งได้รับเลือกตั้งก็ยังคงลงพื้นที่พบประชาชนอย่างต่อเนื่อง 5. การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล สื่อบุคคลเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารของนายชัชชาติโดดเด่น

2.4 ผู้รับสาร (Receivers) แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ 1. กลุ่มคนจนในเมือง เป็นกลุ่มที่นายชัชชาติให้ความสำคัญลำดับต้น ๆ ที่จะช่วยเหลือ เนื่องจากอาศัยอยู่ในย่านชุมชนแออัด ย่านชุมชนดั้งเดิม ครอบครัวไปถึงคนเช่าที่อยู่อาศัยในที่ดินถูกและผิดกฎหมาย

2. กลุ่มคนชั้นกลาง เป็นกลุ่มที่มีอยู่จำนวนมากในกรุงเทพฯ นายชัชชาติจึงเน้นภาพลักษณ์นักบริหารรุ่นใหม่ มีความรู้ความสามารถ ทำงานมุ่งมั่น โปร่งใส เข้าถึงง่าย และประนีประนอม สามารถทำงานร่วมกันกับทุกฝ่าย ทำให้ได้รับคะแนนจากคนกลุ่มนี้ 3. กลุ่มข้าราชการกรุงเทพฯ เป็นอีกหนึ่งกลุ่มที่นายชัชชาติมักสื่อสารด้วยอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเห็นเป็น “เพื่อนร่วมงาน” และเป็นตัวแทนในการสร้างความเข้าใจกับประชาชนในการบริหารงานตามนโยบายของตน 4. กลุ่มสมาชิกสภากรุงเทพฯ การเปลี่ยนแปลงระบบบริหารงานของนายชัชชาติ แม้เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่จะชื่นชอบและให้ความร่วมมือ





แต่บางส่วนยังเห็นว่าการบริหารงานที่ผ่านมายังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง และผลงานยังไม่ชัดเจน 5. กลุ่มคนรุ่นใหม่ ในระหว่างที่รณรงค์หาเสียงนายชัชชาติได้นำ ‘การ์ตูน’ มานำเสนอนโยบายต่าง ๆ ทำให้ผู้รับสารกลุ่มนี้สนใจและติดตามข่าวสารของนายชัชชาติเป็นจำนวนมาก 6. กลุ่มคนต่างจังหวัด หลังจากรัฐประหาร การที่นายชัชชาติได้รับเลือกตั้งและมาจากระบบประชาธิปไตย ทำให้ผู้รับสารกลุ่มคนต่างจังหวัดตื่นตัวทางการเมืองอยากได้รับสิทธิในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดของตัวเอง

3. ภาวะผู้นำของนายชัชชาติในระหว่างการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2567 พบว่า นายชัชชาติ ผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ นั้น มีภาวะผู้นำผ่านองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้ 1. ผู้นำที่ใช้การกระทำเป็นแบบอย่างเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง หลังจากที่ตั้งตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ก็ลงพื้นที่ทำงานทุกแห่งด้วยตัวเอง มีการถ่ายทอดสดผ่านช่องทางเพจชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ทำให้ประชาชนรับทราบปัญหาได้เห็นในสิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน และลงพื้นที่แก้ไขปัญหอย่างทันที พฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นว่านายชัชชาติเป็นผู้นำที่ใช้การกระทำเป็นแบบอย่าง เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง 2. ผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นายชัชชาติเป็นผู้นำที่สร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ร่วมงานมีความกระตือรือร้น แสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะเปลี่ยนแปลงกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองที่น่าอยู่สำหรับทุกคน และกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานคำนึงถึงความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ 3. ผู้นำที่ใช้การกระตุ้นเตือนทางสติปัญญาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นายชัชชาติเป็นผู้นำที่ไม่ใช้อารมณ์ ใช้เหตุผลในการโน้มน้าวผู้ร่วมงานให้คล้อยตาม ปรับเปลี่ยนกรอบความคิดเดิม ๆ ของข้าราชการด้วยการ “หันหลังให้ผู้ว่าฯ หันหน้าให้ประชาชน” ทำให้เหล่าบุคลากรมีความตื่นตัวในการทำงาน 4. ผู้นำที่สร้างการเปลี่ยนแปลง โดยคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคล นายชัชชาติเป็นผู้นำที่เอาใจใส่ผู้ร่วมงานเป็นพิเศษในความต้องการของปัจเจกบุคคล แสดงให้เห็นว่าเข้าใจและยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการทำงานที่รับผิดชอบอยู่

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบททางการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในช่วงปี พ.ศ. 2565 - 2567 เป็นผลต่อเนื่องมาจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นตั้งแต่รัฐบาลนายทักษิณ ชินวัตร จนกระทั่งทหารเข้ามายึดอำนาจในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 ความขัดแย้งทางการเมืองก็ยังมีต่อเนื่อง จนกระทั่งมีการรัฐประหารยึดอำนาจจากรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ประภาศไชวีรัฐธรรมนูญ





(ฉบับชั่วคราว) พ.ศ. 2557 พร้อมกับใช้อำนาจตามมาตรา 44 แห่งรัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว จำกัดสิทธิ เสรีภาพในการแสดงออกทางการเมือง มีการจับกุมคุมขัง หรือเรียก “ปรับทัศนคติ” ผู้ที่เห็นต่างในค่ายทหารตลอด (ศูนย์ข้อมูลมติชน, 2558) รวมไปถึงนายชัชชาติ ซึ่งเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมในขณะนั้น ก็ถูกทหารเอาถุงดำคลุมหัว มัดมือ และนำตัวไปควบคุมที่ค่ายทหาร จังหวัดปราจีนบุรี เป็นเวลา 7 วันด้วย หลังรัฐประหาร นายชัชชาติได้ยุติบทบาททางการเมืองไปทำงานภาคเอกชน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2562 ได้รับการเสนอชื่อเป็นนายกรัฐมนตรีในบัญชีรายชื่อของพรรคเพื่อไทย (ณัฐวรัญชน์ เขียววิจิตร, 2565) ต่อมาได้ลาออกจากพรรคเพื่อไทยลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ในนามอิสระ เนื่องจากเห็นว่าความขัดแย้งทางการเมืองระดับประเทศยังมีอยู่ การมาทำงานการเมืองท้องถิ่นช่วยลดความขัดแย้งทางการเมือง แม้จะยังไม่มีความชัดเจนว่าการเลือกตั้งท้องถิ่นจะเกิดขึ้นเมื่อใด แต่นายชัชชาติก็ได้ลงพื้นที่พบปะประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ผลการเลือกตั้งปรากฏว่า นายชัชชาติได้รับชัยชนะขาดในทุกรัฐเขต เกิดเป็นปรากฏการณ์ชัชชาติแลนด์สไลด์ (คนข่าว 2499, 2565) สะท้อนให้เห็นว่าคนกรุงเทพฯ เกิดความเบื่อหน่ายรัฐบาลทหารและความขัดแย้งทางการเมือง จึงกระตือรือร้นออกมาใช้สิทธิของตนเองเพื่อเปลี่ยนแปลงการเมืองผ่านการเลือกตั้ง นายชัชชาติจึงได้สื่อสารกับชาวกรุงเทพฯ ด้วยการแสดงจุดยืนในการที่จะมาพัฒนากรุงเทพฯ ในฐานะนักบริหารรุ่นใหม่ ทำงานมุ่งมั่น ตรงไปตรงมา เข้าถึงง่าย ปฏิเสธการรัฐประหาร และก้าวข้ามความขัดแย้งสามารถทำงานร่วมกันกับทุกฝ่าย ทำให้ได้รับคะแนนจากประชาชนทุกกลุ่มในกรุงเทพฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัมัยพร หนูนุกัถิ ที่ศึกษาเรื่อง “บทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ : ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2565” พบว่าบริบททางการเมืองล้วนส่งผลต่อบทบาทสำคัญของนายชัชชาตินับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 อันได้แก่ บทบาทรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม จนมาถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม บทบาทแคนดิเดตนายกรัฐมนตรีของพรรคเพื่อไทย และบทบาทผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ในปัจจุบัน ซึ่งในแต่ละบทบาทก็เป็นผลมาจากบริบททางการเมืองที่แตกต่างกันออกไป

2. นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ได้นำเอากระบวนการสื่อสารของเดวิด เค.เบอร์โล (David K. Berlo) มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การใช้สื่อใหม่ กระบวนการสื่อสารของนายชัชชาตินั้น เป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารของเบอร์โล (Berlo) (นันทนา นันทวโรภาส, 2558) อันประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) คือ นายชัชชาติเป็นผู้ที่มีการศึกษาที่ดี มีประสบการณ์การทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีภาพลักษณ์เป็นนักบริหารรุ่นใหม่ มีทัศนคติในเชิงบวก ตัดสินใจ มักปฏิบัติตัวแบบไม่มีพิธีรีตอง และไม่ถือเนื้อถือตัว





ทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ใช้ภาษาสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย และมักสื่อสารให้เห็นการทำงานของตนเองอย่างโปร่งใส เนื้อหาของสาร (Message) ที่ใช้สื่อสารทั้งช่วงที่รณรงค์หาเสียงและช่วงดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ เป็น “สาร” เข้าถึงเป้าหมาย เน้นเนื้อหาสารที่ต้องการหาแนวร่วม เพื่อขับเคลื่อนนโยบายและพัฒนาเมืองกรุงเทพฯ อีกทั้งยังมีเนื้อหาสารที่ชักชวนภาคประชาชน ภาคเอกชน และภาควิชาการ มาร่วมมือช่วยกันสร้างกรุงเทพฯ ให้ดีกว่าเดิม ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ที่มีความโดดเด่นมากที่สุด คือ สื่อโซเชียลมีเดีย ทั้ง เฟซบุ๊ก, ยูทูป, ทวิตเตอร์ เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพมาก มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ทั้งในช่วงที่รณรงค์หาเสียงและช่วงดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ นายชัชชาติมักถ่ายทอดสดการทำงานผ่านโซเชียล เพื่อให้เห็นการทำงานว่าจะขับเคลื่อนกรุงเทพฯ อย่างไร มีการตรวจการทำงานโดยการวิ่งออกกำลังกายในตอนเช้ามีด หรือการนั่งทานข้าว และรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่กรุงเทพฯ การกระทำต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ชาวกรุงเทพฯ เห็นระบบการทำงานของเจ้าหน้าที่ รวมไปถึงการนำระบบทราฟฟี่ ฟองดูว์ มาเป็นเครื่องมือรับแจ้งปัญหาเส้นเลือดฝอยจากประชาชน และการสื่อสารแบบเผชิญหน้า เป็นอีกช่องทางที่นายชัชชาติใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 หลังจากที่ประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้งก็ได้เดินสายไปพบปะประชาชนเป็นประจำ จนได้รับเลือกตั้งก็ยังคงลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารโต้ตอบ และซักถามได้ทันที ช่องทางนี้จึงได้รับการตอบรับจากประชาชน เนื่องจากสามารถบอกกล่าวปัญหาและร้องทุกข์ได้โดยตรงกับผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ส่วนผู้รับสาร (Receive) ได้แก่ กลุ่มคนจนในเมือง คนชั้นกลาง ข้าราชการกรุงเทพฯ สมาชิกสภากรุงเทพฯ คนรุ่นใหม่ และคนต่างจังหวัด โดยภาพรวมพึงพอใจต่อการสื่อสารของนายชัชชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิติยาภรณ์ หิรัญนิรมล (2565) ที่ศึกษาเรื่อง “ชัชชาติ พีเวอร์” พบว่า “ชัชชาติ พีเวอร์” มาจากการนำทฤษฎีสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (David K. Berlo) ในฐานะผู้ส่งสารจุดเด่นของนายชัชชาติ คือ บุคลิกที่มีความเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง ทำให้ประชาชนรู้สึกใกล้ชิด ลดช่องว่างด้านสถานะทางสังคมเวลาลงพื้นที่ หรือพูดถึงปัญหาที่ซับซ้อนอธิบายด้วยภาษาง่าย ๆ ไม่ใช่ศัพท์เทคนิค ซึ่งแสดงถึงทักษะในการสื่อสารที่เข้าถึงจิตใจของผู้คนจำนวนมาก ส่วนสารที่ส่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำงาน การลงพื้นที่พบปะประชาชน การหารือ และการประชุมกับหน่วยงานต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ สำหรับช่องทางการสื่อสาร นายชัชชาติเลือกใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเข้าถึงง่ายและสามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ทันที พร้อมการลงพื้นที่ไลฟ์สดเป็นการสื่อให้ประชาชนเห็นถึงความขยันขันแข็ง ความมุ่งมั่นตั้งใจ เปิดเผย โปร่งใสในการทำงาน รวมถึงสะท้อนปัญหาต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบ และรับรู้ได้เห็นในสิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน ส่วนผู้รับสารเป็นประชาชนทั่วไปและชาวกรุงเทพฯ





3. นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีภาวะผู้นำที่ใช้การกระทำเป็นแบบอย่าง เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ทีมงานกรุงเทพฯ ทำงานตามผู้นำอย่างมีประสิทธิภาพ นายชัชชาติ มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามกรอบแนวคิดของเบอร์น (Burns, 1978) และบาส (Bass, 1998) ที่โดดเด่นที่สุด คือ ผู้นำที่ใช้การกระทำเป็นแบบอย่างเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงผ่านตำแหน่งผู้ว่ากรุงเทพฯ ที่ขยันขันแข็ง เน้นความเรียบง่าย มองทุกฝ่ายเป็นมิตร และลงพื้นที่รับฟังปัญหาด้วยตัวเองในรูปแบบ “ชัชชาติสไตล์” ถ่ายทอดสดให้สาธารณชนเห็นผ่านช่องทางเพจชัชชาติ สิทธิพันธุ์ และการลงพื้นที่แก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใด อีกทั้งยังมีการปฏิบัติตัวเรียบง่าย ไม่ถือตัว เป็นกันเอง ประชาชนพบเจอได้ง่าย และสามารถทำงานร่วมกับทุกขั้วทางการเมือง เป็นผู้มีวิธีการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และหลากหลาย มีการรับฟังและยึดหยุ่นต่อสถานการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้น มองทุกฝ่ายเป็นมิตร และลงพื้นที่รับฟังปัญหาด้วยตัวเอง เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาให้ถูกจุด ยอมรับในความผิดพลาด ทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะประชาชนกรุงเทพฯ พร้อมทั้งจะให้อโอกาสและความร่วมมือ เพื่อให้กรุงเทพฯ เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น นายชัชชาติยังสร้างการเปลี่ยนแปลงด้วยการปฏิบัติตัวโดยไม่ยึดรูปแบบราชการเดิม ๆ ลบภาพเจ้านายสั่งลูกน้อง โดยเน้นย้ำกับผู้ใต้บังคับบัญชาว่าทุกคนเป็นเพื่อนร่วมงาน และปรับเปลี่ยนความคิดให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรุงเทพฯ ยึดหลักเอาประชาชนเป็นที่ตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยไพไลน ดันเจริญพงศ์ (2565) เรื่อง ทศนคติของประชาชนต่อภาวะผู้นำทางการ เมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า นายชัชชาติ มีคุณลักษณะผู้นำที่เหมาะสม ทั้งด้านลักษณะกายภาพ บุคลิกภาพส่วนตัว รวมถึงสติปัญญา ในการแก้ไขปัญหา มีพฤติกรรมที่เหมาะสมในการปฏิบัติหน้าที่ ทำงานในรูปแบบมุ่งเน้นงาน และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใต้บังคับบัญชา ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแก้ไขปัญหาของกรุงเทพฯ ด้วยนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับในความเป็นผู้นำและเชื่อมั่นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ตามในนโยบายต่าง ๆ ที่ได้มีการหาเสียงเอาไว้

องค์ความรู้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยออกเป็น 4 ประเด็นหลัก สามารถอธิบายมาเป็นภาพ ดังนี้





ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ประสบความสำเร็จ

1. การวางตำแหน่งทางการเมืองอย่างเป็นกลาง ทำให้ได้รับความยอมรับจากทุกกลุ่มการเมืองและทุกช่วงวัยของประชาชนในกรุงเทพฯ

2. การเอาหน้าเทคโนโลยี การสื่อสารมาประยุกต์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารผลงาน ส่งผลดีต่อการรักษาคะแนนนิยมทางการเมือง

3. กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มเสรีนิยม และคนรุ่นใหม่ เป็นถ้าเสียงสำคัญที่ทำให้นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ประสบความสำเร็จในการสื่อสารทางการเมือง



4. ภาวะผู้นำสร้างจากภายในของหน่วยงานกรุงเทพฯ ส่งผลให้เกิดความศรัทธาจากผู้ร่วมงานและมหาชน โดยระบบการประเมินผล KPI และ OKR

ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

จากภาพดังกล่าวข้างต้น สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ 1. ท่ามกลางบริบททางการเมืองที่มีการแบ่งขั้วอย่างชัดเจน ผู้นำที่มีศักยภาพและเป็นกลางจะสร้างคะแนนนิยมได้สูงสุด ในบริบทการเมืองไทยที่แบ่งขั้วชัดเจน การวางตำแหน่งทางการเมืองแบบเป็นกลางของนายชัชชาติ ทำให้ได้รับการยอมรับจากทุกกลุ่มการเมืองและทุกช่วงวัยของประชาชนในกรุงเทพฯ ความโดดเด่นด้านการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในภาครัฐและเอกชน รวมถึงภาพลักษณ์ที่ขยันและแสดงความตั้งใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ ทำให้ชนะการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ แบบ “แลนด์สไลด์” ถือเป็นตัวแทนของ “การเมืองสายกลาง” ที่ประชาชนต้องการ 2. การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารผลงาน ส่งผลต่อการรักษาคะแนนนิยมทางการเมือง นายชัชชาติ ใช้สื่อออนไลน์และเทคโนโลยี เช่น การถ่ายทอดสดการทำงานผ่านเพจ “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” และการใช้ระบบ “ทราฟฟี่ ฟองดูว์” ในการจัดการปัญหาของเมืองแบบเรียลไทม์ ทำให้เกิดความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหา สร้างความเชื่อมั่นและคะแนนนิยมทางการเมืองได้อย่างต่อเนื่อง 3. กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มเสรีนิยม และกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นฐานเสียงสำคัญที่ทำให้นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ประสบความสำเร็จในการสื่อสารทางการเมือง ความสำเร็จในการเลือกตั้งของนายชัชชาติ มาจากการสนับสนุนของกลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มเสรีนิยม และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ด้วยคุณสมบัติส่วนตัวที่น่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ดีติดดิน การ





นำเสนอเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ เช่น การใช้การ์ตูน กราฟิก และแอนิเมชันในช่วงหาเสียง ทำให้สามารถเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างกระแสไวรัลบนสื่อสังคมออนไลน์ 4. ภาวะผู้นำสร้างจากภายใน ส่งผลเป็นความศรัทธาจากผู้ร่วมงานและมหาชน นายชัชชาติ พัฒนาศักยภาพของทีมงานและข้าราชการกรุงเทพฯ ด้วยระบบการประเมินผลที่ชัดเจน เช่น KPI และ OKR มีการเปิดเผยความคืบหน้าของนโยบายและโครงการต่อสาธารณะอย่างโปร่งใส ทำให้เจ้าหน้าที่และประชาชนเกิดความศรัทธา พร้อมให้ความร่วมมือ เพื่อพัฒนาเมืองกรุงเทพฯ ในทิศทางที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารทางการเมืองประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี
2. สื่อโซเชียลมีเดียส่งอย่างมากต่อภาพลักษณ์และภาวะผู้นำของนายชัชชาติ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. นักการเมืองต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านสื่อโซเชียล เป็นคนเข้าถึงง่าย และมีความโปร่งใสในการบริหารงาน จึงจะได้รับการยอมรับจากประชาชน
2. นักการเมืองจะต้องกำหนดเนื้อหาสาร ได้แก่ นโยบายให้โดนใจประชาชน จึงจะนำมาสู่ผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารทางการเมือง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองระดับชาติกับระดับท้องถิ่น อันเกิดจากบริบททางการเมืองในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ของการสื่อสารทางการเมืองต่อไป
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบภาวะผู้นำกับนักการเมืองคนอื่น ๆ ตามกรอบแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของเบอร์น (Burns) และบาส (Bass) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของงานวิจัยได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- คนข่าว 2499. (2565). *ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าฯ ที่แข็งแกร่งที่สุดในปฐพี*. กรุงเทพฯ: เพชรพิณิจ.
- คริส เบเคอร์ และผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2566). *ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย (ฉบับปรับปรุงใหม่)* (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: มติชน.





- ชัยพร หนุณภักดี. (2566). *บทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์* : ศึกษาในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2565 (ดุชนิพนธ์ปริญญาดุชนิพนธ์บัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- ณัฐรัฐชนัน เขียววิจิตร. (2565). *จิตวิทยาทางการเมืองและภาพลักษณ์ของ “นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์”* (สารนิพนธ์ปริญญาการจัการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2558). *สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมสมิเดีย.
- นิตยาภรณ์ หิรัญนิรมล. (2565). “ชัชชาติ” พี่เวอร์. สืบค้น 7 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.prd.go.th/th/content/page/index/id/106328>
- พลอยไพลิน ต้นเจริญพงศ์. (2565). *ทัศนคติของประชาชนต่อภาวะผู้นำทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2565). *ก่อนจะถึงการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2565 : การเมืองและประเด็นปัญหาท้าทายของการพัฒนากรุงเทพมหานครจากอดีตถึงปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: สำนักนวัตกรรมเพื่อประชาธิปไตย สถาบันพระปกเกล้า.
- ราช รัมมัญ. (2565). *ส่องความคิดชัชชาติ*. กรุงเทพฯ: เอ็มดี.
- ศูนย์ข้อมูลมติชน. (2558). *มติชนบันทึกประเทศไทย ปี 2557*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- สราลี คงบุญ. (2565). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความกระตือรือร้นของข้าราชการในสังกัดกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2543). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bass, B. M. (1998). *Transformational leadership: Individual, military and educational impact*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: an introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.

