

แนวคิดทฤษฎีและผลงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

การศึกษายุทธศาสตร์การใช้ทรัพยากรเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสมาชิกสภาจังหวัด เป็นการศึกษาถึงกระบวนการหาเสียงของผู้สมัคร การใช้ทรัพยากรที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัคร ไปในลักษณะใด เพื่อให้ตนเองได้รับชัยชนะ ในการเลือกตั้ง การศึกษานี้มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องอยู่หลายประเด็น คือ ความหมายของการเลือกตั้ง กระบวนการในการเลือกตั้ง โดยทั่วไป และการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครทรัพยากรที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียง โดยศึกษาเปรียบเทียบวิธีการใช้ทรัพยากรที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครที่มีคุณสมบัติฐานะทางเศรษฐกิจ แบบแผนวิชาชีพทางการเมืองและประสบการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน เพื่อให้การศึกษาเรื่องนี้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดจึงต้องนำแนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องการเลือกตั้ง การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมาพิจารณาร่วมกัน และเพื่อให้สามารถเข้าใจอย่างท่องแท้ถึงการสื่อสารระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งและผู้สิทธิเลือกตั้ง ผู้ศึกษาวิจัยได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ หรือผู้นำโครงสร้างอำนาจในชุมชน ทฤษฎีระบบอุปถัมภ์มาอธิบายด้วย เพราะกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งมักเกี่ยวข้องกับชนชั้นนำในท้องถิ่นค่านิยมของคนไทย ที่ยึดถือความสัมพันธ์ในทางส่วนตัวเป็นสำคัญ โดยใช้ระบบหัวคะแนนเป็นตัวแทนในการติดต่อสื่อสารกับผู้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้สมัคร

Chong Lim Kim และ Samuel C. Patterson ได้แบ่งประเภทของนักการเมืองในรัฐสภาออกเป็น 4 ประเภท¹ ตามแบบแผนวิชาชีพทางการเมืองและประสบการณ์ทางการเมือง

1 นักการเมืองสมัครเล่น (political amatures) หมายถึงนักการเมืองที่ไม่เคยมีประสบการณ์ทางการเมืองมาก่อนทั้งในระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น การเมืองในทัศนะของเขาก็เปรียบเสมือน "การผจญภัย" เขาไม่ค่อยทราบรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะกลไกทางการเมืองที่มีอยู่ในสังคม ทัศนะคติและเป้าหมายทางการเมืองของเขามักจะเป็นอุดมคติและตั้งอยู่บนหลักการมากกว่าที่จะคำนึงถึงความเป็นจริงทางการเมือง

¹ Chong Lim Kim and Samuel c. Patterson, "The Integration of Parliamentary Elites in Less Developed Countries", Political Elites and Social Change ed, by Moshe M. Czudnowski (DeKalb: Northern Illinois University Press, 1983), pp.228-230 อ้างใน พิชัย เก้าสรวาญ และคณะ, หน้า 24.

2 นักการเมืองผู้เริ่มต้น (political arrivistes) หมายถึงนักการเมืองที่อาจเคยมีประสบการณ์ทางการเมืองมาก่อน แต่ประสบการณ์ดังกล่าวนั้นจำกัดอยู่เฉพาะในระดับท้องถิ่นหรือระดับขององค์กรพรรคการเมือง เขาอาจเคยเป็นเจ้าของหน้าหรืออาสาสมัครของพรรคการเมือง เจ้าพนักงานของรัฐหรือผู้นำของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ การได้เข้ามามีส่วนร่วมในรัฐสภาของบุคคลเหล่านี้ก็เปรียบเสมือนกับการเลื่อนตำแหน่งทางการเมือง (political promotion) จากระดับขององค์กรพรรค กลุ่มผลประโยชน์หรือระดับท้องถิ่นไปสู่ตำแหน่งทางการเมืองในระดับชาติ

3 นักรัฐสภา (parliamentarians) หมายถึงนักการเมืองที่มีอาวุโสและเคยเข้าร่วมเป็นสมาชิกของรัฐสภามาเป็นเวลานาน จนเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป นักการเมืองประเภทนี้มักจะเป็นบุคคลที่พยายามรักษาระบบนิยมประเพณีของรัฐสภา เขาจะต่อสู้และปกป้องรัฐสภาเพื่อความเป็นอิสระปลอดจากการแทรกแซงและความคุมคามจากฝ่ายบริหาร

4 นักการเมืองอาชีพ (professional politicians) หมายถึงนักการเมืองที่มีประสบการณ์และทักษะทางการเมือง ทั้งในและนอกรัฐสภาเป็นอย่างมาก โดยมากมักเป็นผู้ที่มีเทคนิคในการจูงใจ ในการหาเสียง ในการแสวงหาผลประโยชน์และการประนีประนอมทางการเมืองเป็นอย่างดี ในทางปฏิบัติเขาก็พร้อมที่จะใช้อำนาจอิทธิพลหรือการทุจริตเพื่อให้ได้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ที่เขาต้องการ ความชำนาญและทักษะทางการเมืองของเขาเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ที่เขาได้เข้าร่วมทางการเมืองทั้งในและนอกรัฐสภาเป็นเวลานาน

พิชัย เก้าสาร และคณะ 2 ได้แบ่งประเภทของผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จังหวัดปัตตานี การเลือกตั้ง ปี 2529 โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านเงื่อนไขรัฐธรรมนูญ อิทธิพลอำนาจทางการเมือง ระบบหัวคะแนน ประสบการณ์ทางการเมือง และแบบแผนการพัฒนาวิชาชีพทางการเมืองของผู้สมัคร อาจแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

- 1 นักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล (influential professional politicians)
- 2 นักการเมืองอาชีพที่ไร้อิทธิพล (uninfluential professional politici-tans)
- 3 นักการเมืองสมัครเล่น (political amaters)
- 4 ผู้ฉวยโอกาสทางการเมือง (political opportunists)

2 พิชัย เก้าสาร และคณะ, การเลือกตั้งปัตตานี ปี 2529: ศึกษาเฉพาะกรณีการหาเสียงและระบบหัวคะแนน (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530), หน้า 25-41.

1. นักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล หมายถึงบุคคลที่ได้เข้าร่วมการเมืองทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นมาโดยตลอดไม่ว่าจะมีการเลือกตั้งหรือไม่ นักการเมืองประเภทนี้จะเป็นบุคคลที่มีกิจกรรมทางสังคมการเมืองอย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน เขาจะเป็นที่พึ่งและคอยช่วยเหลือประชาชนอยู่เสมอ ๆ นักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลนี้อาจเป็นอดีต ส.ส. หลายสมัยของจังหวัดอาจเป็นลูกหลานของอดีต ส.ส. ของจังหวัดนั้น นอกจากเขาจะมีทักษะทางการเมืองการหาเสียงเลือกตั้งและการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เขายังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับกลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ตลอดจนผู้นำชุมชน ความสัมพันธ์ที่มีกับกลุ่มคนเหล่านี้เป็นความสัมพันธ์ส่วนตัวที่มีอยู่กับการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน บางครั้งอาจมีการจัดตั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นองค์กรอย่างหลวม ๆ เพื่อประโยชน์ในการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไปในนามของ "กลุ่มหัวคะแนน"

ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองอาชีพกับกลุ่มหัวคะแนน มักจะเป็นความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นจากการเคยมีบุญคุณต่อกันมาในอดีตกาลเคยเป็นเจ้านายลูกน้องกันมาเมื่อสมัยที่ได้ทำงานร่วมกัน การเคยช่วยเหลือเกื้อกูลหรือเป็นลูกพี่ลูกน้องหรือเพื่อนสนิท นักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลอาจเคยช่วยเหลือหัวคะแนนในยามที่เขาประสบปัญหาความเดือดร้อน ได้รับภัยคุกคามจากกลุ่มอันธพาล โจรหรือแม้แต่จากหน่วยราชการ เขาอาจช่วยเหลือทางด้านการเงินให้แก่กลุ่มหัวคะแนนในบางครั้งที่ประสบปัญหาความยุ่งยากทางการเงิน เพื่อเป็นการตอบแทน กลุ่มหัวคะแนนก็จะช่วยเหลือนักการเมืองในการหาเสียงเลือกตั้ง ในการติดต่อสื่อสารและช่วยเป็นสื่อกลางติดต่อกับประชาชนในท้องถิ่น ช่วยเป็นหูเป็นตาให้แก่นักการเมืองในการติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมืองของคู่แข่งชน และช่วยรับข้อเสนอละข้อเรียกร้องของประชาชน ในยามที่นักการเมืองผู้นั้นติดประชุมหรือไม่อาจมาติดต่อกับประชาชนในหมู่บ้านตำบลได้

2. นักการเมืองอาชีพที่ไร้อิทธิพล ความแตกต่างของนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลกับไร้อิทธิพลขึ้นอยู่กับขอบเขตของอำนาจและเสียงที่สนับสนุน นักการเมืองอาชีพที่ไม่มีอิทธิพลส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลต่างถิ่น ซึ่งไม่มีกลุ่มหัวคะแนนในท้องถิ่นที่มาสับสนุนเขาเหมือนดังกรณีของนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลชื่อเสียง ความนับถือและบารมีของนักการเมืองอาชีพไร้อิทธิพลมีอยู่น้อยมาก ทั้งนี้เพราะเขาและครอบครัวของเขาไม่เคยเข้าร่วมการเมืองในระดับชาติหรือในระดับท้องถิ่นของเขตที่เขาลงสมัครรับเลือกตั้งมาก่อน เขาไม่เคยมีบทบาทช่วยเหลือหรือเป็นสื่อกลางในการติดต่อกันระหว่างประชาชนกับหน่วยราชการ หรือกับกลุ่มอิทธิพล

นักการเมืองอาชีพที่ไร้อิทธิพลนี้จัดได้ว่าเป็นบุคคลที่มีทักษะทางการเมืองและความสามารถในทางการเมืองอย่างมากเขาอาจเคยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องและเข้าร่วมทางการเมืองมาโดยตลอด แต่ก็อยู่ในอีกเขตหนึ่งของการเลือกตั้ง การวิเคราะห์ทางการเมืองการสร้างผู้นำเชื่อถือ และการใช้ภาษาในลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อชักจูงใจให้ประชาชนหันมาสนับสนุนและเห็นด้วยกับเขา ถือได้ว่าเป็นทักษะทางการเมืองที่สำคัญของนักการเมืองประเภทนี้

ลักษณะพฤติกรรมของนักการเมืองอาชีพที่ไร้อิทธิพล ในการหาเสียงอาจกล่าวได้ว่าเป็นบทบาทที่เน้นถึงแบบแผนการสร้างภาพประทับใจ (stylistic role) เขาจะพยายามชักจูงให้สื่อมวลชนและประชาชนหันมาสนใจและให้ความสำคัญแก่เขา นักการเมืองประเภทนี้นี้มักเป็นนักพูดที่ดี สามารถชักจูงใจของผู้ฟัง การกล่าวโจมตีรัฐบาลจะทำให้ได้อย่างสะใจเป็นที่ถูกใจของประชาชน เขาอาจเป็นนักอุดมการณ์ที่สามารถเรียกร้องการสนับสนุนจากประชาชน และโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวได้เป็นอย่างดี เหตุผลที่เขาต้องพึ่งทักษะของเขาในการหาเสียงมากก็สืบเนื่องมาจากการที่เขาไม่สามารถมีองค์หัวคะแนนในท้องถิ่นที่จะช่วยเหลือ ในการหาเสียงสนับสนุนการพยายามสร้างความประทับใจก็เพื่อจะหาผู้ที่เห็นด้วยคล้อยตามกับตน (sympathizers) และคาดหวังว่าเขาเหล่านี้จะกลายมาเป็นหัวคะแนนช่วยในการหาเสียงให้กับตน

ถ้านักการเมืองอาชีพที่ไม่มีอิทธิพลนี้ สามารถได้รับการเลือกตั้งเข้ามาและยังพยายามในการจัดตั้งองค์กรของกลุ่มผู้สนับสนุนของเขา รวมทั้งพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ชาวบ้านสร้างบุญบารมีขึ้น ในระยะยาวเขาอาจกลายเป็นนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลได้

3. นักการเมืองสมัครเล่น หมายถึงบุคคลที่ไม่เคยมีประสบการณ์ทางการเมืองในระดับชาติมาก่อน เขาอาจจะไม่เคยเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือเข้าร่วมพรรคการเมือง ในฐานะผู้สมัครรับเลือกตั้ง ถึงอย่างไรก็ตามความหมายของนักการเมืองสมัครเล่นในที่นี้ค่อนข้างที่จะต่างไปจากความหมายของชองลิ้มคิม (Chong Lim Kim) และแพตเตอร์สัน (Samuel C. Patterson) ในแง่ที่ว่านักการเมืองสมัครเล่นนั้น อาจเป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมการเมืองในระดับท้องถิ่นมาก่อน เขาอาจเคยเป็นสมาชิกสภาเทศบาล สภาจังหวัด และกันั้นผู้ใหญ่บ้านมาก่อนการลงสมัครแข่งขันรับเลือกตั้ง เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของเขาอาจจะ เป็นผลมาจากความต้องการเลื่อนตำแหน่งทางการเมือง และขยายอำนาจอิทธิพลของเขาให้กว้าง ไปจากเดิม ซึ่งเคยจำกัดอยู่ในเฉพาะ เขตอำเภอหรือเขตเทศบาล เขาอาจไม่หวังในชัยชนะต่อการเลือกตั้งครั้งแรกที่เขาลงสมัคร ทั้งนี้เพราะเขาอาจต้องการเพียงพื้นฐานสร้างชื่อเสียงและแสงหากลุ่มอิทธิพล กลุ่มผลประโยชน์และหัวคะแนนที่จะมาสนับสนุนเขาให้มากและกว้างขวางขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อการลงสมัครแข่งขันเลือกตั้งในสมัยหน้า การลงสมัครแข่งขันรับเลือกตั้ง เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของเขาบางครั้งอาจเป็นการทดสอบโอกาสทางการเมืองของเขาว่า เขาจะสามารถขยายฐานเสียงสนับสนุน และได้รับความนิยมนจากประชาชนในระดับกว้างของจังหวัดหรือไม่ ถ้าเขาไม่สามารถที่จะสร้าง โอกาสทางการเมืองและมีแนวที่ว่าจะไม่ประสบผลสำเร็จในการเลือกตั้ง เขาก็อาจจะไม่ลงสมัครแข่งขันรับเลือกตั้ง ในสมัยหน้า ในทางตรงกันข้าม ถ้าเขาคิดว่าเขามีโอกาสที่จะได้รับชัยชนะ ในการเลือกตั้งทั้ง ในสมัยนี้และสมัยหน้า เขาก็อาจจะต้องลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางการเงินและสิ่งของมากกว่านักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล เพื่อการสร้างคามนิยมในหมู่ประชาชน

สำหรับนักการเมืองสมัครเล่น ที่เคยเข้าร่วมทางการเมืองในระดับท้องถิ่น เขามักจะมีฐานะอำนาจและเสียงสนับสนุนขั้นพื้นฐานอยู่ แต่ขอบเขตของฐานะอำนาจและเสียงสนับสนุนนั้นค่อนข้างจะจำกัดเมื่อเทียบกับนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล โดยทั่วไป นักการเมืองสมัครเล่น เป็นอดีตสมาชิกสภาจังหวัดหรือสภาเทศบาล ฐานะอำนาจและเสียงสนับสนุนของเขาก็จะมีอยู่ในเขตอำเภอที่เขาได้รับเลือกตั้งเข้ามา ในบางครั้ง นักการเมืองสมัครเล่นเหล่านี้ อาจเคยเป็นหัวหน้าคณะคนสำคัญของนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลในจังหวัด เขาก็อาจจะได้เสียงสนับสนุนและความช่วยเหลือบางส่วนมาจากกลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์ ที่สนับสนุนนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลผู้นั้น นักการเมืองสมัครเล่นลงสมัครร่วมกับนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลผู้นั้น แต่ถ้าเขาจะลงแข่งขันกับนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล เขาก็ต้องพยายามขยายฐานเสียงสนับสนุนและอิทธิพลของเขาออกไปให้กว้างขวางกว่าเขตสนับสนุนพื้นฐานของเขา ในอำเภอที่เขาเคยเป็นสมาชิกสภาจังหวัดหรือสภาเทศบาล เช่น การแจกสิ่งของและการใช้เทคนิคทางการเมืองต่าง ๆ จึง ได้ถูกใช้เข้ามา เพื่อที่จะสร้างความนิยมในหมู่ประชาชน

บทบาททางสังคมการเมืองของนักการเมืองสมัครเล่นที่สำคัญก็คือการเป็นสื่อกลางของการติดต่อระหว่างประชาชนกับข้าราชการ และกลุ่มอิทธิพลในท้องถิ่น เขาอาจจะได้รับความนับถือจากประชาชนในฐานะการเป็นผู้คอยช่วยเหลือในยามที่ประชาชนเดือดร้อน เป็นผู้ที่มีอำนาจบารมีและทรัพย์สิน แต่ขอบเขตของความช่วยเหลือ การติดต่อกับข้าราชการและอำนาจบารมีนั้นค่อนข้างจำกัด ไม่ขยายไปทั่วจังหวัด เหมือนกับในกรณีของนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล

4. ผู้ฉวยโอกาสทางการเมือง หมายถึงผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ไม่ได้มีเป้าหมายอย่างแน่ชัดว่าต้องการจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การลงสมัครรับเลือกตั้งของเขาก็เพียงคาดหวังผลประโยชน์ระยะสั้น ๆ โดยเฉพาะทางด้านการเงินและสิ่งของ ผู้สมัครที่เป็นนักการเมืองประเภทนี้มักไม่มีฐานเสียงและกลุ่มสนับสนุนทางการเมือง ถ้าเขามีอยู่ ก็ปรากฏว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับนักการเมืองทั้งสามประเภทที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ ถึงอย่างไรก็ดีผู้ฉวยโอกาสทางการเมืองจำเป็นต้องแสดงให้เห็นว่าเขามีเสียงสนับสนุนอยู่พอสมควร เพื่อประโยชน์ในการเรียกร้องผลประโยชน์จากพรรคการเมืองและนายทุนที่จะสนับสนุน พฤติกรรมในการหาเสียงของผู้ฉวยโอกาสทางการเมืองนี้อาจกล่าวได้ว่า ไม่มีเป้าหมายที่จะกระตุ้นหาเสียงให้ประชาชนมาลงคะแนนสนับสนุนเขาอย่างแท้จริง การหาเสียงก็เป็นการกระทำที่ท้อแท้เสียไม่ได้ ในอดีตผู้ฉวยโอกาสทางการเมือง เป็นเพียงบุคคลที่พรรคการเมืองหรือนักการเมืองได้จ้างเข้ามา เพื่อหวังในการตัดคะแนนเสียงคู่แข่ง สำหรับปัจจุบัน ผู้ฉวยโอกาสทางการเมืองได้ขยายจำนวนขึ้นเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากเงื่อนไขของรัฐธรรมนูญที่ระบุให้พรรคการเมืองแต่ละพรรคต้องส่งคนลงสมัครรับเลือกตั้ง ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวน ส.ส. ที่พึงจะมีในรัฐสภาและต้องส่งครบทีมในเขตที่ลงสมัครรับเลือกตั้งด้วยเหตุนี้ เพื่อเป็นการรักษาสถานภาพของพรรคไว้ พรรคการเมืองเล็ก ๆ ก็จำเป็นต้องหาผู้สมัครรับเลือกตั้งให้ได้ไม่น้อยกว่า 174 คน ถ้าไม่สามารถหาได้ก็จำเป็นต้อง

จ้างหรือให้อำนาจ ให้สมัครพรรคพวกของเขาสมัครรับเลือกตั้ง ทั้ง ๆ ที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวไม่เคยมีความประสงค์ที่จะ เข้าร่วมการเมืองหรือหาเสียงเลือกตั้ง

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ก็คือ บทบาท วิธีการ และยุทธศาสตร์หรือยุทธวิธีที่ผู้สมัครเลือกตั้งใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง เพื่อที่จะให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้ทราบถึงแบบแผนโดยทั่วไป ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งรณรงค์หาเสียง สร้างความนิยมชมชอบในหมู่ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งหรือประชาชนโดยทั่วไป โดยคาดหวังที่จะ ได้รับคะแนนเสียงสนับสนุนจำนวนมากจนสามารถชนะการเลือกตั้ง

ทัศนะของนักวิชาการที่ศึกษาค้นคว้าการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศต่าง ๆ เช่น การศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร³ (House of Representatives) ของประเทศตะวันตก พบว่าผู้สมัครรับเลือกตั้ง ได้กำหนดยุทธวิธีในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งซึ่งพัฒนามาจากการเลือกตั้งในยุคก่อน ๆ ไว้ 3 ลักษณะกว้าง ๆ คือ

- 1 การกำหนดกลุ่มผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเป้าหมาย (targeting the electorate)
- 2 ประเด็นสำคัญที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียง เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน (campaign appeals)
- 3 การประมวลข่าวสาร เพื่อใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง (information gathering in the campaign)

สำหรับประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยหลักการแล้วแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มประชาชนที่สนับสนุนพรรคการเมืองสังกัด กลุ่มประชาชนที่ไม่สังกัดพรรคหรือกลุ่มอิสระ กลุ่มประชาชนที่สนับสนุนพรรคคู่แข่ง จากการศึกษาโดยทั่วไป โดยการสอบถามบรรดาผู้จัดการหาเสียงเลือกตั้ง (managers) ที่ควบคุมดำเนินการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง พบว่าร้อยละ 28 มีความหวังคะแนนจากประชาชนกลุ่มแรกร้อยละ 32 หวังคะแนนจากประชาชนกลุ่มที่สอง และร้อยละ 40 หวังคะแนนจากการเปลี่ยนใจ ของประชาชนกลุ่มที่สาม แต่อย่างไรก็ตาม ในเขตเลือกตั้งบางเขตก็มีกลุ่มพลังเงียบ หรือกลุ่มที่ไม่ได้แสดงตัวชัดเจนว่าอยู่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งถ้าผู้สมัครได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มพลังเงียบ ก็มีความหวังที่จะได้รับชัยชนะ

³ Edie N. Goldenberg and Michael W. Traugott, Campaigning for Congress (Washington D.C. : Quarterly Inc., 1984), pp.47-54.

ประเด็นที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่มักใช้ทั้งแบบโจมตีจุดอ่อนของคู่ต่อสู้ และยกประเด็นความคิดสำคัญ หรือนโยบายที่น่าสนใจของฝ่ายตนขึ้นมากล่าว เพื่อเรียกร้องความสนับสนุน

สำหรับการประมวลข่าวสารให้เป็นประโยชน์นั้น มีความสำคัญต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ผู้สมัครจะต้องอาศัยการสัมภาษณ์อย่าง เพื่อประมวลผลการออกเสียง (polls) เพื่อให้ทราบถึงความนิยมของประชาชนต่อผู้สมัครในแต่ละช่วงเวลา 4 และเพื่อที่จะทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของฝ่ายตนและของคู่แข่งขึ้น เพื่อปรับปรุงยุทธวิธีในการหาเสียงให้เหมาะสมได้อย่างทันที่

กระบวนการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้ง จะแบ่งได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้จัดการ (managers) ซึ่งรวมทั้งกลุ่มผู้ช่วยเหลือผู้สมัครในการหาเสียงและ เขตเลือกตั้งที่ผู้สมัครจะลงแข่งขัน

คณะทำงานหรือกลุ่มผู้ช่วยเหลือผู้สมัคร (staffs) เริ่มมีบทบาทและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพราะสภาพการณ์ของการเลือกตั้งโดยทั่วไปมีความซับซ้อนขึ้น จึงต้องอาศัยผู้ที่มีความชำนาญแตกต่างกันหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ประกอบด้วย ผู้สมัครรับเลือกตั้งมักจะจ้างผู้จัดการและฝ่ายทำงานต่าง ๆ จากผู้มีความเชี่ยวชาญในการเลือกตั้ง อาสาสมัครหรือญาติมิตร เพื่อนฝูงของผู้สมัครเองใช้ในการเลือกตั้ง เช่น ฝ่ายกฎหมายหรือฝ่ายแนะนำปรึกษา ฝ่ายบัญชี ฝ่ายข่าว เทรนด์ด็อก และฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือผู้อำนวยการด้านการสื่อสาร

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผู้ที่เคยดำรงตำแหน่ง ส.ส. จะมีความพร้อมในการรณรงค์หาเสียงมากกว่า ทั้งในด้านความใกล้ชิดและมีผลงานในการเลือกตั้ง มีกลุ่มผู้ร่วมงานและช่วยเหลือในการรณรงค์หาเสียงอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างพร้อมเพรียงไปอย่างไม่จำกัด อีกทั้งยังลงสมัครในเขตเลือกตั้งที่มีประชาชนสนับสนุนพรรคการเมืองที่ตนสังกัดอยู่เป็นจำนวนมาก จากการสำรวจพบว่า ผู้ที่ดำรงตำแหน่ง ส.ส. มักจะได้รับการเลือกตั้งอีกครั้งหนึ่งมีจำนวนถึง 1 ใน 8 ของสมาชิกสภาผู้แทนทั้งหมด ซึ่งบรรดาผู้สมัครพวกนี้ นับว่าเป็น "นักการเมืองอาชีพ" (careerists) เพราะได้รับการเลือกตั้งติดต่อกันหลายสมัย ส่วนผู้ที่ลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นครั้งแรกจะมีอยู่เพียงประมาณ ครึ่งหนึ่งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหน้าใหม่ผู้สมัครรับเลือกตั้งพวกนี้จะมีโอกาสได้รับชัยชนะ เท่าเทียมกัน ก็แต่เฉพาะในเขตที่ไม่มีพรรคการเมืองใดได้รับความนิยมอย่างเด่นชัดเท่านั้น ซึ่งผู้สมัครทุกคนจะต้องทุ่มเทค่าใช้จ่ายหาเสียงในด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ 5

4 Ibid., pp. 54-56.

5 Ibid., pp. 19-21.

การศึกษาค้นคว้าของนักวิชาการ⁶ เกี่ยวกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งสามารถสรุปได้สั้น ๆ ว่า "บุคคลมีความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองตามฐานะทางสังคมของตน" กล่าวคือ การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคลเป็นไปตามฐานะทางสังคมของเขา หากใช้เพราะประเด็นปัญหาทางการเมืองที่เป็นนโยบายที่ใช้ในการหาเสียงแต่ประการใดไม่ คนสูงอายุมีระดับความรู้พื้นฐานต่ำ อาศัยอยู่ในชนบท และฐานะยากจนจะมีพฤติกรรมในการลงคะแนนเสียงในลักษณะถูกระดม (mobilized) จากผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ราชการ หัวคะแนน นักการเมือง ให้สนับสนุนบุคคลหนึ่งบุคคลใด ส่วนคนหนุ่มสาวมีความรู้ดี อาศัยอยู่ในเมือง หรือชนชั้นกลาง โดยทั่วไปในสังคม ก็มักจะใช้วิจารณญาณของตนเองในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากกว่าบุคคลกลุ่มแรก

สำหรับประเด็นของการที่จะเลือกใครหรือการเปลี่ยนใจไปเลือกคนอื่นนั้น จากการศึกษาของ ลาซาร์สเฟลด์⁷ (Lazarsfeld) ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจมาก คือ ประเด็นของนโยบายที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ปราศรัยหาเสียงกับประชาชนนั้น ไม่ใช่ประเด็นสำคัญที่แท้จริงในการที่จะให้คนที่มิสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเปลี่ยนใจแต่ประการใด แต่การตัดสินใจเลือก หรือเปลี่ยนใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งนั้น ได้รับอิทธิพลจากการกดดันของกลุ่มเลือกตั้งขั้นต้น (primary) โดยการติดต่อชักชวนกันเป็นการส่วนตัว หรือความสัมพันธ์กันเป็นส่วนตัวมากกว่า

⁶ เช่นการศึกษาของ Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The People's Choice : How the Voter Makes up His Mind in a Presidential campaign (New York : Duell, Sloan & Pearce, 1944). และ Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsfeld and William M. Mcaphee, Voting : A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign (Chicago:University of Chicago Press, 1954).

⁷ Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, The people's Choice : How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign, (New York : Duell, Sloan & Pearce, 1944), p.69.



จากข้อสรุปของการศึกษาดังกล่าวข้างต้น พบว่า สอดคล้องกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งของคนไทย ซึ่งงานวิจัยการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งของสังคมไทยหลายชิ้น ได้ยืนยันว่า การศึกษาอาชีพ ฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคม ทำให้เกิดความแตกต่างในระดับความรู้ความเข้าใจ ความสำนึก และความสนใจในการเลือกตั้ง 8 ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่าผู้มีสิทธิ เลือกตั้งส่วนใหญ่นิยมผู้สมัครเป็นการส่วนตัวมากกว่าความนิยมในพรรคการเมือง 9 ซึ่งหมายความว่าความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัวหรืออิทธิพลจากกลุ่มปฐมภูมิ (primary group) ในสังคมจะมีอิทธิพลมากกว่าประเด็นนโยบายที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการหาเสียง ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่หาพรรคเดโมแครตหาเสียงมุ่งไปในลักษณะสร้างความนิยมเป็นการส่วนตัวมากกว่าสร้างความนิยมให้กับพรรคที่สังกัดหรือกลุ่มผู้สมัครร่วมคณะ 10

นอกจากนี้ยังมีการวิจัยอื่น ๆ อีกมากที่ได้ข้อสรุปสอดคล้องกัน เช่น การศึกษาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง "พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร" พบว่า ผู้มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมปานกลางขึ้นไป มีการศึกษาสูง อายุอยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาว (20-30 ปี) จนถึงวัยกลางคน (30-40 ปี) มีแนวโน้มไปลงคะแนนเสียง เลือกตั้งด้วยความสำนึกของตนเองมากกว่าถกสะตม แต่ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง ในการลงคะแนนกลับตัดสินใจได้ล่าช้า และมีความแน่นอนในการตัดสินใจน้อยกว่าผู้วัยสูงอายุ ส่วนผู้มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมต่ำ มีการศึกษาน้อยกว่า มักจะลงคะแนนเสียง โดยการชักจูงจากผู้อื่นมากกว่า ผู้มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมสูง ตัดสินใจว่าจะเลือกคนใดได้ล่าช้าและมีความเป็นตัวของตัวเองน้อยกว่าพวกอื่นด้วย 11

8 กนก บิณศิริวานิช, "พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต 8 กรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525).

9 พิชัย อยู่คง, "พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งทางการเมืองของประชาชน ในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดลพบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520).

10 วรสิทธิ์ โรจนพานิช, "การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และผลสะท้อนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516).

11 โปรตศุรายละเอียดใน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, "พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.) และ ศุภชัย เอี่ยมละออ, "พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งในองค์การปกครองท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเมืองพัทยาเมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ.2528" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529).

3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ โครงสร้างอำนาจชุมชน ระบบอุปถัมภ์

3.1 แนวความคิดเกี่ยวกับชนชั้นนำ และ โครงสร้างอำนาจชุมชน

แนวความคิดเกี่ยวกับชนชั้นนำ (elite) ได้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ของคนในสังคมไทย ในระดับต่าง ๆ ว่า สามารถแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มคนที่มีอำนาจมีอิทธิพลมากในสังคมที่เรียกว่า "ชนชั้นนำ" ซึ่งชนชั้นนำนี้มีจำนวนน้อย ส่วนคนกลุ่มใหญ่ไม่มีอำนาจหรืออิทธิพลเท่ากับกลุ่มแรก เรียกว่า "สามัญชน" หรือ "ผู้อยู่ใต้ปกครอง" (nonelite) ความสัมพันธ์ของคนทั้ง 2 กลุ่ม จะมีลักษณะที่คนกลุ่มแรกหรือชนชั้นนำเป็นผู้มีอิทธิพลมีอำนาจในการเมืองการปกครอง เป็นผู้ตัดสินใจนโยบายของสังคม เป็นผู้ปกครองระดับประเทศ หรือ เป็นผู้ชุมนุม เป็นต้น ขณะที่คนอีกกลุ่ม (สามัญชน) ไม่ได้มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านั้นโดยตรง¹² ลักษณะของชนชั้นนำนี้ นักทฤษฎีกลุ่มชนชั้นนำเชื่อว่าทุก ๆ สังคมจะต้องมีชนชั้นนำอยู่เสมอ

ชนชั้นนำ (elite) หมายถึงคนกลุ่มน้อยที่มีอำนาจและมีอิทธิพลมากที่สุด ครอบครองทรัพย์สิน ชื่อเสียง เกียรติยศ และอำนาจมากกว่าคนทั่วไปหรือสามัญชน ในชุมชนหรือในสังคมคนกลุ่มน้อยที่อยู่บนจุดสุดยอดปิระมิด ของการแบ่งชนชั้นทางสังคมดังกล่าวอาศัยความได้เปรียบสามารถเข้าถึงหรือเข้าควบคุมการตัดสินใจของชุมชนและสังคมเอาไว้ ซึ่งในปัจจุบันการควบคุมอำนาจการตัดสินใจ ดังกล่าวคือ อำนาจการปกครองนั่นเอง

ทฤษฎีชนชั้นนำสามารถนำมาใช้เป็นกรอบวิเคราะห์ในชุมชนขนาดเล็กไม่มีความสลับซับซ้อนเกินไปได้ดี ซึ่งนักวิชาการเรียกวิธีนี้ว่า การศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชน เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ว่า ในแต่ละชุมชน ใครมีอำนาจ ใครรวมการตัดสินใจ ใครได้เปรียบเสียเปรียบจากการตัดสินใจและใครเหนือกว่าในการตัดสินใจภายในชุมชน¹³

¹² Gaetano Mosca, The Ruling Class (New York : McGraw - Hill Book Co., 1939), p.50.

¹³ ศรีสมภพ จิตรภิมย์ศรี, "ชนชั้นนำ โครงสร้างอำนาจชุมชนและทัศนะคติทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีสองหมู่บ้านในโครงการทุ่งกุลาร้องไห้" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การปกครอง บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528), หน้า 30-35.

จากแนวความคิดเกี่ยวกับชนชั้นข้างต้น คนในชุมชนและสังคมอาจจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ชนชั้นนำ หรือชนชั้นนักปกครอง กับ สามัญชนหรือผู้อยู่ใต้ปกครอง องค์ประกอบที่สำคัญของการแบ่งชั้นทางสังคมที่ไม่เท่าเทียมกัน ได้แก่ อำนาจ ทรัพย์สิน การประเมินค่าทางสังคมและความพึงพอใจทางด้านจิตใจ¹⁴ ซึ่งอาจจะเป็นอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างรวมกัน กล่าวคือ ชนชั้นนำจะมีสิ่งเหล่านี้เกือบทั้งหมด หรือสามารถแสวงหาได้โดยง่าย โดยเฉพาะอำนาจและทรัพย์สิน ในขณะที่สามัญชนแทบจะไม่มีสิ่งเหล่านี้ จากแง่มุมนี้จึงทำให้เห็นว่าทุกสังคม ทุกชุมชนไม่ว่าจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ มักจะถูกครอบงำและปกครองโดยชนชั้นนำ

สื่อความคิดเกี่ยวกับชนชั้นนำในชุมชนนี้ เราอาจจะนำไปใช้เป็นกรอบความคิดในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ในทางอำนาจระหว่างกลุ่มคน 2 กลุ่มดังกล่าว ซึ่งเรียกว่า เป็นการศึกษเกี่ยวกับโครงสร้างอำนาจชุมชน ซึ่งเป็นการศึกษาหรือแสวงหาข้อเท็จจริงเรื่องอำนาจในชุมชนนั้น ๆ ว่า ชุมชนนั้นมีใครมีอำนาจหรืออิทธิพล หรือคนกลุ่มใดมีอำนาจอิทธิพล ปกครองชุมชนนั้นและในหมู่ชนชั้นนำที่มีอิทธิพล อำนาจนั้นไม่ใช่ว่าทุกคนจะมีอำนาจหรือปกครองชุมชนเหล่านั้น แต่อาจจะมียุทธศาสตร์ต่างกัน และอำนาจที่ต่างกันมีความสัมพันธ์ทางอำนาจกันอย่างไร และอาจพิจารณาถึงว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีส่วนผลักดันคนกลุ่มดังกล่าวขึ้นมาเป็นชนชั้นนำในชุมชน และในบรรดาปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้น มีปัจจัยใดที่อธิบายการเป็นชนชั้นนำมากที่สุด¹⁵

สื่อความคิดสำคัญที่อธิบายเกี่ยวกับลักษณะ โครงสร้างอำนาจชุมชนหนึ่ง ๆ ว่าใครเป็นชนชั้นนำในชุมชนหรือไม่ ก็คือ อำนาจ (power) และอิทธิพล (influence)

¹⁴ ระดม วงษ์น้อม. แนวความคิดเรื่องชนชั้นนำ และการศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชน (ศูนย์วิจัยคณะรัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.), หน้า 10. และ Harold Lasswell and Daniel Lerner, The Comparative study of Elite (Stanford : Stanford University Press, 1952), p.7. and Harold Lasswell, Politics : Who Get What, When,How? (New York : Parter Smith, 1950), p.3.

¹⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16.

อำนาจ (power) หมายถึง สภาวะการณ์ที่คน ๆ หนึ่งสามารถแสดงเจตนาารมย์ของตนออกมาได้ ถึงแม้ว่าจะมีการต่อต้านขัดขวางก็กระทำได้ อำนาจมีลักษณะของการบังคับให้เป็นไปตามเจตนาารมย์และ เป้าหมายของผู้มีอำนาจ 16

อิทธิพล (influence) หมายถึง ศักยภาพแห่งความสามารถเฉพาะตัวบุคคลในการที่จะสามารถโน้มน้าวให้คนอื่น เปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็นและพฤติกรรม ทั้งนี้โดยปราศจากการขู่เข็ญบังคับ และการใช้กำลัง กล่าวคือ เป็นความสามารถในการโน้มน้าวคนอื่น ๆ ให้เห็นคล้อยตามโดยสมัครใจ ไม่มีการบังคับแต่อย่างใด 17

ดังนั้นความแตกต่างระหว่างอำนาจและอิทธิพลอยู่ที่การใช้สภาพบังคับ แต่อำนาจและอิทธิพลมักจะ เสริมซึ่งกันและกัน คนที่มีอำนาจมักมีอิทธิพลและในทางกลับกันคนที่มีอิทธิพลมักมีอำนาจ อย่างไรก็ตามการศึกษาโครงสร้างอำนาจ เป็นเรื่องยากเพราะคำว่า "อำนาจ" "อิทธิพล" มีความเป็นนามธรรมสูงมากวัดค่อนข้างยาก

สำหรับลักษณะและตัวอย่าง โครงสร้างอำนาจในชุมชนของสังคมไทย เราสามารถศึกษาได้จากผลการวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ ดังนี้

สุเทพ สุนทรเกษม 18 ได้ศึกษาเฉพาะกรณี เพื่อต้องการทราบลักษณะความเป็นผู้นำพบว่าลักษณะผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้นำแบบดั้งเดิม ผู้นำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ครูและชาวบ้านที่มีอาวุโส และพัฒนากร

โตชิโอะ ยาสึชิโร 19 (Toshio Yatsushiro) ได้ศึกษาการจัดองค์การหมู่บ้านภาวะผู้นำ ปัญหาและความต้องการ และทัศนคติของชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ที่จังหวัดนครพนม โดยใช้การสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ พบว่าผู้นำซึ่งทำการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาความต้องการของชุมชนก็คือ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำศาสนา (ภิกษุหรือเจ้าอาวาส) ครู ผู้อาวุโส (elders) และอิทธิพลการตัดสินใจจากกำนัน

16 เรื่องเดียวกัน, หน้าเดียวกัน.

17 เรื่องเดียวกัน, หน้า 17 - 18.

18 สุเทพ สุนทรเกษม, การศึกษาหมู่บ้านอย่างใกล้ชิดเกี่ยวกับลักษณะผู้นำท้องถิ่นอำเภออำนาจเจริญ จังหวัดอุบลราชธานี (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง, 2510).

19 Toshio Yatsushiro, Village Organization and Leadership in Northeast Thailand: A study of the Villager s' Approach to their Problem and Need (Bangkok: The Deptment of Community Development, 1966).

เจ้าหน้าที่ของรัฐ และเขาได้สรุปว่า รูปแบบการตัดสินใจในการแก้ปัญหาและความต้องการของชุมชนนั้นไม่เหมือนกัน ไม่มีผู้นำคนเดียวในหมู่บ้านใครที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือสามารถสร้างภาวะผู้นำได้นั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของปัญหา เพราะปัญหาความต้องการของชุมชนมีหลายอย่าง เช่น ปัญหาด้านเกษตรกรรม เศรษฐกิจ ปัญหาการคมนาคม ปัญหาด้านสาธารณสุขและการศึกษา เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เขาพบว่าผู้ที่เป็นผู้นำสูงสุดในโครงสร้างการจัดองค์การหมู่บ้าน ก็คือ ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งลูกบ้านให้ความไว้วางใจ และถือเป็นตัวแทนของเขาในการนำปัญหาและความต้องการของหมู่บ้านไปสู่ราชการ และนำข่าวสารความช่วยเหลือจากราชการสู่หมู่บ้าน

เคนส์ 20 (Keyes) นักวิชาการตะวันตกอธิบายว่า ในชุมชนท้องถิ่นมีแหล่ง 2 แหล่งที่ก่อให้เกิดลักษณะผู้นำท้องถิ่น คือลักษณะโครงสร้างสังคมภายในชุมชน และแหล่งภายนอกในระดับชาติ ซึ่งทั้ง 2 แหล่งนี้จะเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดลักษณะผู้นำท้องถิ่น

3 ประเภทคือ

1. ผู้นำซึ่งเกิดจากภายในชุมชน หมายถึง ผู้สูงอายุที่มีความรู้ ประสบการณ์ และชาวบ้านให้การนับถือมาก
2. ผู้นำที่เกิดจากการเป็นสมาชิกมาจากกลุ่มภายนอก หรือผู้นำที่มาจากภายนอกชุมชน เช่น นักการเมือง ข้าราชการ พ่อค้า เป็นต้น
3. ผู้นำที่เกิดจากการเชื่อมช่องว่างระหว่างผู้นำประเภทที่ 1 และ 2 โดย เคนส์ (Keyes) ใช้คำว่า "synaptic leaders" ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ประจำอยู่ในท้องถิ่น เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เกษตรตำบล พัฒนาการตำบล ผู้นำประเภทนี้เป็นผู้นำที่ตัวเชื่อมระหว่างชาวชนบทในหมู่บ้านกับกิจกรรมหรือสังคมภายนอก

คลาร์ก ดี.นีเฮอร์ ²¹ (Clark D. Neher) ได้ศึกษาลักษณะความสัมพันธ์เชิงอำนาจในหมู่บ้าน 2 หมู่บ้านในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์ประชาชนและผู้นำในหมู่บ้าน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ระดับสูงและนักการเมือง ได้ใช้แนวคิด

²⁰ Charker F. Keyes, "Local Leadership in Rural Thailand" Local Authority and Administration in Thailand, eds, Fred R. Von der Mehden and David A. Wilson (Los Angeles, University of California 1970). pp. 92-127.

²¹ Clark D. Neher, The Dynamics of Politics and Administration in Rural Thailand. (Ohio: Center for International Studies Ohio University Press, 1974).

ผู้อุปถัมภ์ - ผู้ใต้การอุปถัมภ์ (patron - client relationship) วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับกลุ่มผู้นำในหมู่บ้าน ซึ่งต่างก็ได้รับประโยชน์จากความสัมพันธ์ดังกล่าว เขาได้แบ่งบุคคลในหมู่บ้านเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่ไม่สนใจการเมือง ซึ่งเป็นประชาชนกลุ่มใหญ่
2. กลุ่มผู้สนใจกิจกรรมการเมือง (the politicals) เป็นผู้นำต่าง ๆ ในหมู่บ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกคณะกรรมการวัด สมาชิกสภาตำบล สมาชิกกลุ่มชาวนา สมาชิกสมาคมเพาะปลูก โดยกลุ่มผู้สนใจทางการเมืองจะเป็นตัวเชื่อมระหว่างชาวบ้านและเจ้าหน้าที่
3. ชนชั้นนำของหมู่บ้านและตำบล (the village elites) เป็นบุคคลจำนวนน้อย คือ ผู้ใหญ่บ้านกับกำนัน ซึ่งเป็นบุคคลที่จะทำการตัดสินใจแบบผูกขาดอำนาจในหมู่บ้าน (authoritative decision - making)

กลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในชุมชนมากที่สุด คือ กลุ่มชนชั้นนำผู้สนใจการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเหล่านี้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ จะเป็นลักษณะแบบอุปถัมภ์ ช่วยเหลือ และได้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ดังกล่าว ดังนั้น สถาบันระดับชาติและระดับท้องถิ่นจะเป็นสถาบันที่ช่วยให้ความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์และผู้ใต้อุปถัมภ์ ได้ตกลงและต่อรองผลประโยชน์ด้วย

ในระดับหมู่บ้าน มลีนี ตันธานิตย์ ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจในชนบทไทย โดยการศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง 2 หมู่บ้าน ซึ่งมีและไม่มีโครงการพัฒนาของรัฐ จากการศึกษาพบว่าในหมู่บ้านที่มีโครงการพัฒนาของรัฐจะเกิดผู้นำใหม่ซึ่งมีอำนาจทางเศรษฐกิจ โดยอำนาจจากผู้นำเก่าที่เป็นแบบอำนาจตามประเพณีจะถูกจำกัดลง ไปผลของการกระจายอำนาจจากผู้นำแบบเก่าไปสู่ผู้นำทางเศรษฐกิจ เป็นการขยายอำนาจของกลุ่มผู้นำทางเศรษฐกิจให้มีโอกาสเอาเปรียบในเชิงเศรษฐกิจกับชาวบ้านในหมู่บ้านได้มากขึ้น

การแสวงหาประโยชน์ของชนชั้นนำโดยใช้ระบบบทบาทในทางการเมือง การปกครองระดับท้องถิ่น หมู่บ้านนั้นมีภาพที่ไม่ชัดเจนนักและผลประโยชน์มีจำนวนน้อย ในขณะที่ผู้กระทำทางการเมืองก็อยู่ในวงแคบเพียงคนจำนวนไม่กี่คนเท่านั้น แต่ภาพสะท้อนในลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้อย่างชัดเจนในท้องถิ่นระดับจังหวัด ซึ่งเป็นระดับที่มีปรากฏการณ์ทางสังคมหลากหลาย และมีผู้กระทำทางการเมืองทั้งระดับตัวบุคคลและกลุ่มคน ที่มีสถานภาพตำแหน่ง และบทบาทที่แตกต่างกันออกไป ชนชั้นนำหรือกลุ่มผู้นำในทางการเมืองที่เราเห็นภาพได้ชัดในระดับจังหวัด อาทิ เกอ ไต้แก๋ นักการเมืองระดับชาติ ที่เป็นตัวแทนในจังหวัด นักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ สมาชิกสภาเทศบาล สมาชิกสภาจังหวัด กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พ่อค้า นักธุรกิจในวงการต่าง ๆ เช่น ผู้รับเหมา ตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นผูกขาด เจ้าของกิจการใหญ่ ข้าราชการพลเรือน ข้าราชการทหาร ตำรวจ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผลประโยชน์ เช่น หอการค้าจังหวัด สหกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนกลุ่มอาชีพที่สำคัญในท้องถิ่น เหล่านี้เป็นต้น

จากที่ได้ศึกษางานวิจัย พบว่า ความแตกต่างระหว่างผู้นำและบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำมีหลายประการแตกต่างกันไป แต่ความแตกต่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด ก็คือ "ตำแหน่ง" หรือการดำรงตำแหน่งสำคัญ ๆ ในชุมชน ดังนั้น "ตำแหน่ง" (positional) จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าสู่ความเป็นผู้นำของบุคคลในชุมชน

3.2 แนวความคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์

รูปสมมติของระบบอุปถัมภ์ถูกสร้างขึ้นจากการพิจารณาทางทฤษฎีการพรรณานักมนุษยวิทยาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้รับการอุปถัมภ์ (patron-client relationship) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคน (dyadic relationship) ในระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal relations) แต่ต่อมา นักสังคมวิทยาคนหนึ่ง ได้พยายามสร้างวิธีการ (methodology) แบบใยสังคม (social network) และประยุกต์เข้ากับการอธิบายการขยายขยาย (exstension) ของ patron-client relationship ในระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้กลายเป็นระบบอุปถัมภ์ ซึ่งมีรากฐานอยู่บน dyadic relationship หลายอันที่จะเชื่อมโยงกัน

หลักการสำคัญ ๆ ของการอุปถัมภ์ ก็คือ ความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวระหว่างบุคคลสองคน ซึ่งมีลักษณะที่เชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ซึ่งมีได้แยกออกจากกัน กล่าวคือ มิได้เป็นการตกลงกันเป็นสัญญาในการที่จะร่วมมือกัน ในทางใดทางหนึ่ง แต่รวมไปถึงการอุ้มชูครอบครัวยุโดยผู้อุปถัมภ์ เช่น เมื่อมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจแล้วมักจะมีความผูกพันไปจนถึงการสร้างฐานอำนาจในท้องถิ่นให้แก่ผู้อุปถัมภ์ ในบางครั้งมักปรากฏว่าผู้รับการอุปถัมภ์เป็นฝ่ายเสียเปรียบ แต่ผู้รับการอุปถัมภ์ก็ไม่สามารถตัดขาดจากความสัมพันธ์ได้ เพราะเหตุว่ามีหนี้บุญคุณติดอยู่ กฎของการกตัญญูทวดเทวีหรือ generalized norm of reciprocity นี้ เป็นตัวช่วยให้ความสัมพันธ์แบบนั้นคงอยู่เป็นเวลานาน ²²

²² ตัวอย่างเช่น E.R. Wolk, "Kinship, Friendship and Patron-client Relations" in Banton (ed.), The Social Anthropology of Complex Societies, A.S.A. Monograph, 4 (London : Tavistock, 1966). และ E.Van Roy, Economic Systems of Northern Thailand : Structure and Change (Ithaca : Cornell University Press, 1972).

ทัศนะของ อาจารย์อคิน รัชพิพัฒน์²³ เห็นว่าลักษณะ โครงสร้างสังคม แบบอุปถัมภ์ (patron - client structure) คือ มีผู้อุปถัมภ์ (patron) และ ผู้รับการอุปถัมภ์ (client) ซึ่งความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน หมายความว่า ผู้อุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่สูงกว่าในเชิงความสัมพันธ์และรับการอุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่ต่ำกว่า อาจารย์อคิน รัชพิพัฒน์ ศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายนี้ อาจจะเป็นได้ตั้งแต่ในเชิง เศรษฐกิจ การช่วยเหลือต่าง ๆ จนถึงการใช้ ความคุ้มครองและที่สำคัญคือ ระบบอุปถัมภ์เป็นความสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ ส่วนตัวเป็นหลัก

Wolf ก็มีทัศนะเช่นเดียวกันคือ Wolf²⁴ เห็นว่าความสัมพันธ์ส่วนตัวหรือความเป็นเพื่อนนี้มีลักษณะ คล้ายกับการเป็นเพื่อนกัน เพื่อผลประโยชน์ที่แน่นอนกว่าการสร้าง ความสบายใจ กล่าวคือ มีฐานอยู่บน instrumental friendship มากกว่า emotional friendships และการมีความสัมพันธ์ในลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะขยายขอบเขตออกไปจาก ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนเท่าที่เป็นอยู่ จึงเป็นการขยายความสัมพันธ์ระหว่างคนหลายคน และอาจารย์อคิน เห็นว่าความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยลดความไม่มั่นคง ในชีวิตในด้านต่าง ๆ กล่าวคือ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับตนก็สามารถจะอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น การเป็นเพื่อนมาซึ่งความช่วยเหลือเพื่อทำให้เกิดความก้าวหน้าและมั่นคงให้แก่ตนเอง ความสัมพันธ์ส่วนตัวมาจากไหน ในทัศนะของอาจารย์อคิน²⁵ เห็นว่า ความสัมพันธ์ส่วนตัวของคนไทยเกิดจากความใกล้ชิด ซึ่งนับได้ตั้งแต่การ ไปมาหาสู่กันอย่างสม่ำเสมอ การเป็นเพื่อน ร่วมงาน เพื่อนนักเรียนหรือเพื่อนร่วมรุ่นจนถึงการเป็นญาติพี่น้อง นั่นคือ สาเหตุของคนใกล้ชิด นั้นอาจมีได้หลายประการ และในทางตรงกันข้ามถึงแม้ว่าจะ เป็นญาติพี่น้องหรือเพื่อน ถ้าไม่มี ความใกล้ชิดกันแล้ว ความสัมพันธ์ส่วนตัวของคนทั้งสองก็จะมีน้อยลง ไปโดยปริยาย เมื่อความสัมพันธ์ส่วนตัวไม่ดีก็จะมีแนวโน้มทำให้ความสัมพันธ์ในด้านอื่น ๆ ไม่ดีตามไปด้วย

²³ ม.ร.ว.อคิน รัชพิพัฒน์, ชีวิตและจุดจบของสลัมกรุงเทพฯ แห่งหนึ่ง (กรุงเทพฯ : สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2523), หน้า 39-42.

²⁴ E.R. Wolf, "Kinship, Friendship and Patron-client Relations" in Banton (ed.), The Social Anthropology of Complex Societies, A.S.A. Monograph, 4 (London : Tavistock, 1966).

²⁵ ม.ร.ว.อคิน รัชพิพัฒน์, ชีวิตและจุดจบของสลัมกรุงเทพฯ แห่งหนึ่ง. หน้า 39.

ผู้ใดก็ตามที่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่คนจำนวนมากได้ จงเป็นที่จะต้อง เป็นผู้ที่มีความพร้อมทั้งสองอย่าง คือ ทรัพยากรและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ที่ทำให้เขายินดีที่จะให้ความช่วยเหลือแก่คนอื่น²⁶ นั้นหมายความว่า มีบางคนเท่านั้น (ไม่ใช่ทุกคน) ที่จะสามารถเป็นผู้อุปถัมภ์ (patron) ที่ดีได้ ภายใต้แนวการมองของอาจารย์อดิน คือมีความเป็นไปได้ที่ผู้อุปถัมภ์ที่ดีสำหรับคนหนึ่งอาจจะไม่ใช่ผู้อุปถัมภ์ที่ดีอีกต่อไป เมื่อเขาไม่สามารถจะให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ที่รับการอุปถัมภ์ (client) ของเขาได้ จะเห็นได้ว่า ความเป็นผู้อุปถัมภ์ที่ดีจะมีความแปรผันโดยตรงกับความสามารถและความพร้อมด้านทรัพยากรที่จะให้แก่ผู้รับการอุปถัมภ์

ในทัศนะของแนวคิดระบบอุปถัมภ์ การเกิดกลุ่มตามความคิดของคนไทยต้องให้ความสำคัญสัมพันธ์แก่ความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มเดียวกันมากกว่าคนนอกกลุ่ม และความสัมพันธ์ของคนในกลุ่มมีรากฐานมาจากความสัมพันธ์ส่วนตัวที่มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่าง ๆ มาเป็นเวลานาน ซึ่งไม่เหมือนกับการเกิดกลุ่มตามแนวคิดของตะวันตก ที่เชื่อว่ากลุ่มเกิดจากการมีสำนึกร่วมกันถึงผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม ขณะที่กลุ่มของไทยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ส่วนตัวไม่ใช่รวมกันถึงผลประโยชน์ นอกจากนี้ความสัมพันธ์ในกลุ่มของคนไทยจะให้ความสำคัญแก่ผู้นำกลุ่มอย่างมาก เพราะผู้นำกลุ่มเปรียบเสมือนผู้อุปถัมภ์ของกลุ่ม²⁷

อย่างไรก็ตามการศึกษาของอาจารย์อดิน ก็ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ส่วนตัวในเชิงอุปถัมภ์ที่มีผลต่อระบบการเลือกตั้ง ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการหาเสียง การลงคะแนนเสียงไว้โดยตรง แต่การศึกษาดังกล่าวได้ให้ความรู้ความเข้าใจว่า ความสัมพันธ์ของคนในสังคมหนึ่งที่ทำการศึกษา (สลัมวัดญวน สะพานขาว) เป็นความสัมพันธ์ส่วนตัวในเชิงระบบอุปถัมภ์ ทำให้เราสามารถคิดต่อไปว่า ความสัมพันธ์ของคนไทยในทางการเมืองไทยไม่ว่าจะเรื่อง การรวมกลุ่มทางการเมือง หรือการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเฉพาะกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง น่าจะถูกอธิบายในกรอบของความสัมพันธ์ส่วนตัวเชิงระบบอุปถัมภ์ได้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 40.

²⁷ กนก วงษ์ตระหง่าน, มิติทางการเมืองในปรากฏการณ์ของสังคมไทย (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529), หน้า 10.

แม้ว่าแนวความคิดเกี่ยวกับระบอบอุปถัมภ์จะมาจากนักสังคมวิทยา เช่น ยอร์ช ฟอสเตอร์ (George Foster) ก็ตาม แต่นักรัฐศาสตร์ได้นำมาใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาระบบการเมืองและความสัมพันธ์ทางการเมืองในสังคมที่กำลังพัฒนา เช่น คาร์ล ลองเด (Carl Lande) เจมส์ ซี สก็อต (James C. Scott) เป็นต้น²⁸ แนวความคิดนี้เห็นว่าในสังคมที่กำลังพัฒนาบางแห่งนั้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่ใช่อยู่ที่กลุ่ม (group) และการรวมกลุ่มขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์เฉพาะตัวระหว่างบุคคล 2 คน ความสัมพันธ์ระหว่างคน 2 คนนี้ ไม่มีลักษณะของกลุ่ม (group) ในความหมายที่แท้จริง²⁹

คาร์ล ลองเด (Carl Lande) เห็นว่าลักษณะของความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์จะมีลักษณะพิเศษที่สำคัญดังนี้³⁰

1. การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินร่วมกัน โดยแต่ละคนต่างช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อย่างไรก็ตามทรัพย์สินอาจเป็นของบุคคลคนเดียวหรืออยู่ในความควบคุมของบุคคลคนเดียว
2. เนื่องจากลักษณะของปฏิสัมพันธ์ของแต่ละคู่สัมพันธ์แตกต่างกัน จึงมีการให้ประโยชน์เป็นพิเศษต่อบางคนมากกว่าคนอื่น ๆ เช่น ผู้อุปถัมภ์คนหนึ่งให้ประโยชน์แก่ผู้รับการอุปถัมภ์หรือลูกน้อง ก. มากกว่าลูกน้อง ข. แต่ให้ประโยชน์แก่ลูกน้อง ข. มากกว่าคนอื่นที่ไม่ใช่ลูกน้องหรือผู้รับการอุปถัมภ์ เป็นต้น
3. เนื่องจากความสัมพันธ์เช่นนี้มีลักษณะเปราะบาง เพราะขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากกว่าหลักการ ดังนั้นการที่จะรักษาเสถียรภาพของความสัมพันธ์ไว้ได้ ก็จะต้องมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ต่อกันอย่างต่อเนืองบุคคลแต่ละคน ต่างมีของที่อีกฝ่ายหนึ่งไม่มี และของที่ทั้งสองฝ่ายมีนั้น เป็นสิ่งที่อีกฝ่ายหนึ่งต้องการจะได้
4. เนื่องจากความสัมพันธ์แบบนี้ประกอบด้วยบุคคลเพียง 2 คน ดังนั้นผลประโยชน์ที่แลกเปลี่ยนกันจึงเป็นผลประโยชน์ที่เฉพาะเจาะจงเป็นการส่วนตัว เช่นการเอื้อผลประโยชน์ต่อกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล ซึ่งมีอำนาจที่จะให้ผลประโยชน์เฉพาะอย่างแก่พ่อค้าได้ และพ่อค้าให้สิ่งของหรือเงินเป็นการแลกเปลี่ยน ต่อการได้รับสิทธิบางอย่างจากเจ้าหน้าที่นั้น นอกเหนือไปจากนี้ความสัมพันธ์ในด้านการร่วมมือเกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ ที่แต่ละคนมีความสนใจ และต้องการหาความสนับสนุน แต่เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนผลตอบแทนโดยตรง เฉพาะตัวจะไม่ปรากฏขึ้น

²⁸ ชัยอนันต์ สมทวานิช, การเมืองการบริหาร (กรุงเทพฯ : บรรณกิจ, 2523), หน้า 38.

²⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้าเดียวกัน.

³⁰ Carl Lancel, Leaders, Factions, and Parties : The Structure of Philippine Politics. (New Haven, Connecticut : Southeast Asia Studies Series No.6, 1966), p.144 อ้างใน ชัยอนันต์ สมทวานิช, การเมืองการบริหาร.

อาจสรุปได้ว่า การที่มีความสัมพันธ์เช่นนี้เกิดขึ้นก็เพราะ ในสังคมที่มีความแตกต่างกันอย่างมากในด้านสถานะทางสังคม ความมั่งคั่ง และอำนาจ

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบการเมืองนั้น ความสัมพันธ์ทางสังคมแบบนี้ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางการเมือง ซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากโครงสร้างทางการเมืองแบบกลุ่ม คือ ³¹

1. ระบบขึ้นอยู่กับตัวผู้นำแต่เพียงคนเดียว (ผู้อุปถัมภ์) ผู้นำเป็นผู้รวบรวมลูกน้อง (client) หรือผู้รับการอุปถัมภ์

2. การก่อตัวและโครงสร้างของระบบ มีผู้อุปถัมภ์หรือผู้นำเป็นจุดศูนย์กลาง ไม่ใช่กลุ่มเป็นจุดศูนย์กลาง ผู้อุปถัมภ์ (patron) หรือผู้นำเป็นคนก่อให้เกิดความสัมพันธ์

3. ความสัมพันธ์ในระบบเป็นความสัมพันธ์ในทางตั้งและระหว่างบุคคล 2 คน ในความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์และผู้รับการอุปถัมภ์หรือลูกน้องนี้ (patron-client) ถ้าจะมีความรู้สึกร่วมกันระหว่างผู้รับการอุปถัมภ์หรือลูกน้องก็เป็น เพราะว่าเขาต่างถือว่ามีนายคนเดียวกัน

4. ผลประโยชน์ที่ทำให้ผู้อุปถัมภ์และลูกน้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นผลประโยชน์ส่วนตัวที่เฉพาะเจาะจง มากกว่าผลประโยชน์ร่วมแบบกลุ่ม วัตถุประสงค์ที่ผู้อุปถัมภ์กับผู้รับการอุปถัมภ์คงความสัมพันธ์ต่อกันไว้ ได้แก่การแสวงหาผลประโยชน์ของแต่ละคน

5. ผลประโยชน์ที่แต่ละคนแสวงหา ผันแปรไปตามความแตกต่างทางฐานะอำนาจ เช่น ผู้อุปถัมภ์ต้องการอำนาจและชื่อเสียง เกียรติยศ ส่วนผู้รับการอุปถัมภ์ต้องการความคุ้มครองและเงิน เป็นต้น ดังนั้นถ้าผู้อุปถัมภ์อยากมีอำนาจมีเกียรติก็จำเป็นต้องมีบริวาร

6. สายใยแห่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้รับการอุปถัมภ์แต่ละคนขึ้นอยู่กับคำตอบที่ตอบซึ่งกันและกัน โดยแต่ละฝ่ายต้องพยายามทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเห็นว่าเขามีค่าควรแก่การที่จะเป็นผู้อุปถัมภ์หรือผู้รับการอุปถัมภ์ แต่ถ้าฝ่ายหนึ่งเห็นว่า ลงทุนไปไม่คุ้มก็อาจถอนตัวออกจากการเป็นผู้อุปถัมภ์หรือผู้รับการอุปถัมภ์ได้ โดยผู้รับการอุปถัมภ์อาจจะผลไปหาผู้อุปถัมภ์คนใหม่ และผู้อุปถัมภ์ก็เลิกให้ผลประโยชน์แก่ผู้รับการอุปถัมภ์คนนั้น

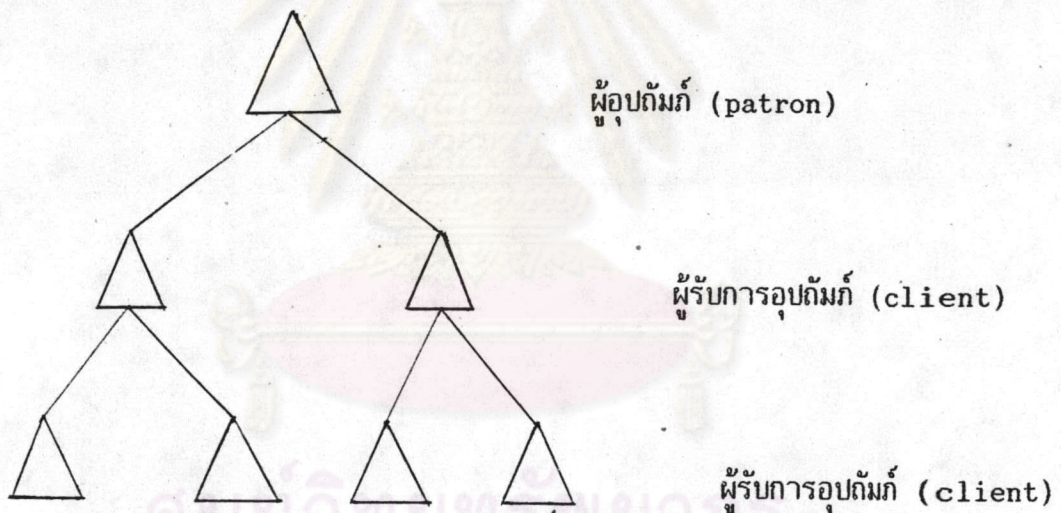
7. ความสัมพันธ์แบบนิยมการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสูง และมีความไม่มั่นคงสูง ผู้อุปถัมภ์คนหนึ่งอาจมีผู้รับการอุปถัมภ์เพิ่มขึ้นมากมาย หลังจากที่เขาได้ตำแหน่งสำคัญที่ควบคุมผลประโยชน์ ซึ่งสามารถแจกจ่ายได้มาก แต่ถ้าเขาตกอับ ออกจากตำแหน่งไป จำนวนบริวารก็จะลดลงอย่างรวดเร็วตามไปด้วย ดังนั้น ผู้อุปถัมภ์จะมีบริวารมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความมั่งคั่งและอำนาจของเขาจะมีมากน้อยเพียงใด



³¹ Ibid., p. 145.

8. ความสัมพันธ์แบบนี้มักจะประกอบไปด้วย การมีผู้รับการอุปถัมภ์หรือลูกน้องมากมายหลายชั้นตั้งแต่ผู้ใกล้ชิดผู้อุปถัมภ์มากที่สุดไปถึงผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกันเพียงเล็กน้อย ผู้รับการอุปถัมภ์ หรือลูกน้องที่ใกล้ชิดผู้อุปถัมภ์หรือเจ้านายมาก ๆ มักจะมีลูกน้องของตนเองด้วย ดังนั้นเขาจึงเป็นผู้อุปถัมภ์ย่อย ๆ เช่นกัน จึงเป็นทั้งผู้อุปถัมภ์และลูกน้องอีกคนหนึ่ง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความสัมพันธ์แบบนี้ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 คน ที่จะต้องมีการพบปะติดต่อกันอย่างใกล้ชิด ดังนั้นผู้ที่มาเป็นผู้รับการอุปถัมภ์ก็ต้องแน่ใจว่าเขาสามารถเข้าถึงผู้อุปถัมภ์ได้ ในกรณีนี้ลูกน้องที่เป็นผู้ใกล้ชิดเจ้านายจะมีอิทธิพลมาก เพราะเขาสามารถทำการติดต่อกับเจ้านายแทนลูกน้องคนอื่น ๆ ได้ เช่นนัดหมายให้พบกัน ฯลฯ

ความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์-ผู้รับการอุปถัมภ์นี้ มีลักษณะ เช่นเดียวกับกับความสัมพันธ์ระหว่างนาย-ไพร่ ในสังคมไทยโบราณและแม้แต่ในปัจจุบัน ความสัมพันธ์เช่นนี้ยังคงมีอิทธิพลอยู่มากทั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างขององค์กรต่าง ๆ ที่นำโครงสร้างสมัยใหม่มาใช้ก็ตาม 32



ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้รับการอุปถัมภ์ (patron-client relationships)

ระบบอุปถัมภ์กับการรณรงค์หาเสียง เลือกตั้ง

ในประเทศโลกที่สามหรือประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย เช่น ฟิลิปปินส์ และ เคนยา หรือแม้แต่ในประเทศไทย ระบบอุปถัมภ์จะมีอิทธิพลเข้มแข็งมากในสังคมหรือชุมชน เพราะในชุมชนต่าง ๆ จะมีคนกลุ่มเล็ก ๆ ที่มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีกว่าคนส่วนใหญ่ ฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่า หรือดำรงตำแหน่งที่ได้เปรียบทางเศรษฐกิจ เพราะการกระจายรายได้ในประเทศยังไม่ดีพอ และไม่ใช่นิยามของคนกลุ่มนี้จึงใช้ความได้เปรียบดังกล่าวให้ความคุ้มครอง และสามารถช่วยเหลือคนส่วนใหญ่ จนคนส่วนใหญ่ในชุมชนเข้ามารับการอุปถัมภ์ จึงทำให้ผู้อุปถัมภ์มีบทบาทและฐานะที่จะให้คำแนะนำหรือชี้แนะตลอดจนเรียกร้องบางสิ่งบางอย่าง เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนจากการอุปถัมภ์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงคะแนนเสียง เมื่อมีการเลือกตั้งและบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในฐานะผู้อุปถัมภ์ในชุมชนต่าง ๆ มักจะได้รับการแต่งตั้งจากผู้สมัครรับเลือกตั้งให้เป็นหัวหน้า หรือมีบทบาทที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียง หรือแม้กระทั่งมีบทบาทที่สำคัญต่อตำแหน่งทางการเมืองต่าง ๆ เช่น ตำแหน่งที่ปรึกษา หรือตำแหน่ง เลขานุการ

การศึกษาถึงบทบาทวิธีการและความสัมพันธ์ของหัวหน้ากับบุคคลต่าง ๆ ในระบบการเลือกตั้ง ไทยของนายชาติรี จันทรวิริยะชัย³³ พบว่าหัวหน้าเป็นชนชั้นนำของท้องถิ่นทั้งที่มีตำแหน่งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในชุมชน และหัวหน้าไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจดีเสมอไป อาจเป็นชาวบ้านธรรมดาที่คนเคารพรักันนั้นก็ได้อ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับหัวหน้า เป็นความสัมพันธ์ที่มีการอุปถัมภ์และ/หรือมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ทั้งผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้ากับประชาชน โดยเฉพาะผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง มีทั้งความเท่าเทียมและไม่เท่าเทียม โดยมากมักเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของความเป็นผู้นำผู้ตาม, ผู้อุปถัมภ์-ผู้รับการอุปถัมภ์โดยตรง เครือญาติ เพื่อนฝูง หรือพรรคพวก สำหรับวิธีการที่หัวหน้าใช้ คือ การชักจูง และวิธีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ในการหาเสียงสนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้ง โดยเงินเป็นสื่อกลางในการชักจูงใจและการแลกเปลี่ยนที่สำคัญรูปแบบการใช้จ่ายเงินมีทั้งทางตรงคือซื้อเสียง ซื้อบัตรประชาชน และทางอ้อมคือจ่ายเป็นค่าจัดเลี้ยง ค่าก่อสร้างสาธารณประโยชน์

33 ชาติรี จันทรวิริยะชัย, "หัวหน้าในระบบการเลือกตั้งของไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดกาญจนบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532).

4. ผลการศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ส่วนมากเป็นการศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ส่วนการศึกษาในประเด็นของผู้สมัครในระดับท้องถิ่น เช่น สมาชิกสภาจังหวัด สมาชิกสภาเทศบาล คณะกรรมการสาขาภิบาล ตลอดจนการเลือกตั้งกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แทบจะไม่มีการศึกษาไว้เลย สาเหตุหนึ่งคงเป็นเพราะการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นเหล่านี้ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการเท่าที่ควร แม้กระทั่งประชาชนโดยทั่วไปก็ยังไม่ให้ความสนใจในการเลือกตั้งระดับนี้ ได้จากสถิติการไปใช้สิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้ง ทั้ง ๆ ที่การเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับประชาชน นอกเหนือไปจากนั้น สาเหตุจากวัฒนธรรมทางการเมืองของคนไทยให้ความสำคัญและคำนึงถึงบทบาทของผู้นำทางการเมืองหรือนักการเมืองระดับชาติมากกว่า ดังนั้นจากแนวความคิดว่า การเมืองระดับท้องถิ่นเป็นพื้นฐานของการเมืองระดับชาติ เมื่อนำมาพิจารณาขั้นตอนกระบวนการหาเสียงของผู้สมัครเข้ารับเลือกตั้งของเมืองไทยที่ผ่านมา จะพบว่ารูปแบบและกระบวนการในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครเพื่อเป็นสมาชิกสภาท้องถิ่น มักจะนำรูปแบบและกระบวนการในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนมา เป็นแบบอย่างหรือแนวทาง

การศึกษาเกี่ยวกับการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น เน้นศึกษาพฤติกรรมของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง และวิธีการหรือกฎหมายเลือกตั้ง ต่อมาในระยะหลังเริ่มให้ความสนใจบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มอิทธิพลต่าง ๆ ในท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานของท้องถิ่นจุดมุ่งหมายการศึกษาส่วนใหญ่เป็นการอธิบายและวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นภาพของกลุ่มอิทธิพลกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานของท้องถิ่นเป็นสำคัญ กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์เหล่านั้น ก็จะเป็นลักษณะของกลุ่มชนชั้นที่ได้รับการเลือกตั้งให้เข้าไปบริหารงานของท้องถิ่น กับกลุ่มชนชั้นที่แยกตัวออกมาหรือกลุ่มชนชั้นที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งกลุ่มชนเหล่านั้นก็จะมีความสัมพันธ์ทาง เครือญาติ หรือผู้อุปถัมภ์กันภายในกลุ่ม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึง ได้นำแนวความคิดและผลงานที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมาเป็นแนวทางสำคัญ

สมบัติ จันทรวงศ์³⁴ ได้ศึกษาประเด็นของผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยตรง ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2529 โดยทำการสอบถาม สัมภาษณ์ และร่วมสังเกตการณ์ในหลายจังหวัดครบทั้ง 4 ภาค ได้แก่ พิษณุโลก อุดรดิตต์ ขอนแก่น อุดรธานี ฉะเชิงเทรา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และปัตตานี การศึกษานี้ได้ยึดหลักความจริงพื้นฐาน

³⁴ สมบัติ จันทรวงศ์, การเมืองเรื่องเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2529 (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530).

ที่ว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่สามารถวิเคราะห์ความต้องการ ความรู้สึก ความหวัง ฯลฯ ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียง เลือกตั้ง ได้ถูกต้องแล้วส่วนหนึ่งนั่นเอง กระบวนการศึกษานี้ มุ่งเน้นในยุทธวิธีการหาเสียงรับเลือกตั้ง เป็นสำคัญ จึงนับว่าเป็น การศึกษาที่น่าสนใจมาก

สมบัติ จันทรวงศ์ ได้กำหนดยุทธศาสตร์และยุทธวิธีในการหาเสียง ที่ใช้กัน ในระหว่างหาเสียงอย่างจริงจัง ไว้ดังนี้ คือ

1. การจัดองค์กรเพื่อการเลือกตั้ง หมายถึง ศูนย์พรรคหาเสียงเลือกตั้ง และ กลุ่มผู้ช่วยเหลือน้อยต่าง ๆ นั้นเอง องค์กรดังกล่าวจะทำหน้าที่วางแผน ประชาสัมพันธ์ จัดหาข่าว การจัดหาเสบียงอาหาร งานต้อนรับ และงานการเงินและธุรการ ³⁵ เป็นต้น

2. รูปแบบของการหาเสียง สามารถแบ่งกว้าง ๆ ได้เป็น 2 รูปแบบ คือ
ก. การหาเสียงแบบเปิดเผย คือ วิธีการหาเสียงที่กฎหมาย ได้แก่ การใช้สิ่งพิมพ์ และการประชาสัมพันธ์ การปราศรัยหาเสียง การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียง การใช้สื่อสารมวลชนในการหาเสียง ³⁶ เป็นต้น

ข. การหาเสียงโดยวิธีที่ไม่เปิดเผย เป็นวิธีการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มี ทนทรพี้มาก และหวังจะ ได้รับชัยชนะ ในการเลือกตั้งนิยมใช้กันมากในปัจจุบัน แต่วิธีการนี้ เป็นวิธีการที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายเลือกตั้ง ได้แก่ การใช้ผู้มีอิทธิพล และหัวคะแนนช่วย ในการหาเสียงด้วยการแจกเงินซื้อเสียง การใช้สิ่งของแลกเปลี่ยนกับการที่ผู้มีสิทธิออกเสียง ลงคะแนนเสียงให้ การใช้หัวคะแนนระดับรอง หรือหัวคะแนนระดับล่างระดมประชาชน ในหน่วยเลือกตั้งให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง โดยมีของตอบแทน การใช้วิธีการพ่นขันต่อ แม้กระทั่ง การทุจริตในรูปแบบต่าง ๆ

3. การใช้หัวคะแนนในการรณรงค์หาเสียง เป็นกระบวนการในการหาเสียง ที่เกี่ยวข้องกับ การใช้เงินมหาศาล แต่สามารถควบคุมคะแนนเสียงได้ดีพอสมควร ผู้สมัครรับ เลือกตั้งที่มีเงินจ่ายในการหาเสียงจำนวนมากนิยมใช้ระบบหัวคะแนน ³⁷

³⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 27-29.

³⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 30-54.

³⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 49-51.

4. การสนับสนุนจากพรรคการเมือง แม้ว่าพรรคการเมืองจะมีบทบาทน้อยมากในการช่วยผู้สมัครในต่างจังหวัด แต่สำหรับพรรคการเมืองที่หัวหน้าพรรคมีชื่อเสียง หรือพรรคที่มีทุนทรัพย์ในการหาเสียงมาก อาจสามารถช่วยดึงคะแนนให้กับผู้สมัครได้มากเช่นกัน พรรคการเมืองช่วยผู้สมัครหาเสียง ได้หลายวิธี เป็นต้นว่า การที่หัวหน้าพรรค และบุคคลสำคัญในพรรคไปช่วยปราศรัยหาเสียงหรือไปช่วยแนะนำและฝากฝังผู้สมัครกับผู้มีอิทธิพลในเขตเลือกตั้ง หรือพรรคที่มีเงินมากก็จะจ่ายเงินจำนวนมากช่วยผู้สมัครในการหาเสียง หรืออาจจะระดมผู้คนและอุปกรณ์ช่วยในการหาเสียงทุกชนิด 38

การศึกษาของ สัจจิต บุญบงการ 39 เรื่องการใช้งบประมาณในการรณรงค์หาเสียงและการเลือกตั้ง เป็นการศึกษา การเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดหนึ่งของไทย และได้อธิบายให้เห็นว่า เงินเป็นตัวกำหนดวิธีการหาเสียงที่สำคัญ การหาเสียงก็เหมือนกับการดำเนินกิจการอื่น ๆ คือต้องมีการลงทุน ต้องมีค่าใช้จ่าย เมื่อมีทุนมาก ก็สามารถดำเนินการหาเสียง ได้กว้างขวาง และมีความคล่องตัวสูงในการใช้รูปแบบการหาเสียงได้หลายรูปแบบ เงินจึงมีความสัมพันธ์กับวิธีการเลือกตั้งเป็นอย่างดี 40 และสัจจิต บุญบงการ ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้สมัครได้ใช้จ่ายเงินในการหาเสียงในด้านต่าง ๆ เช่น 41

1. ค่าใช้จ่ายที่ให้แก่บรรดาหัวคะแนน และผู้ช่วยหาเสียงหลัก ๆ
2. ค่าใช้จ่ายในการจัดเลี้ยงหรือช่วยเหลือในงานเลี้ยง
3. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์
4. ค่าใช้จ่ายในการ "ซื้อเสียง" และอำนวยความสะดวกในการลงคะแนนเสียง
5. ค่าใช้จ่ายในสำนักงานศูนย์อำนวยความสะดวกหาเสียง
6. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อของบริจาคหรือสัญญาว่าจะบริจาค

สัจจิต บุญบงการ ได้สรุปถึงความสัมพันธ์ระหว่างเงินกับการหาเสียงเลือกตั้งไว้ว่า 42

1. ความสำเร็จของการได้รับเลือกตั้งนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ แต่ที่สำคัญ คือ การมีองค์การหาเสียงที่มีประสิทธิภาพ มีผู้มีอิทธิพลสนับสนุน และมีวิธีการหาเสียงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

38 เรื่องเดียวกัน, หน้า 27-29.

39 สัจจิต บุญบงการ, การใช้งบประมาณในการรณรงค์หาเสียงและการเลือกตั้ง. (กรุงเทพมหานคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2528.), หน้า 41.

40 เรื่องเดียวกัน, หน้าเดียวกัน.

41 เรื่องเดียวกัน, หน้า 49-57.

42 เรื่องเดียวกัน, หน้า 67-68.

2. ในการมีองค์การหาเสียงและวิธีการหาเสียง ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น เงินมีส่วนสำคัญอย่างมาก
3. ไม่ใช่จำนวนเงินเท่านั้นที่มีความหมายต่อการหาคะแนนเสียง แต่ขึ้นอยู่กับวิธีการใช้เงินและปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายประการ ซึ่งหลายปัจจัยไม่เกี่ยวกับตัวเงิน เช่น ชื่อเสียงและความสามารถส่วนตัว อုပ်นิสัยใจคอ บุคลิกภาพ และผลงานที่ผู้สมัครมีมาในอดีต เงินจะมีส่วนช่วยในด้านการโฆษณาผลงาน และฉายอุปนิสัยและบุคลิกให้ประชาชนเห็นได้ชัดเจน และเกิดความเลื่อมใส
4. การซื้อเสียง เป็นแต่เพียงส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายเท่านั้น การทุ่มเงินซื้อเสียงจะมีมากในเขตที่ผู้สมัครเสียงไม่ดี มีเวลาหาเสียงน้อย และมุ่ง ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ชอบนอนหลับทับสิทธิ์ และมีการศึกษาน้อย ส่วนผู้ลงคะแนนที่มีความนิยมผู้สมัครคนใดอยู่แล้ว การซื้อเสียงแทบไม่มีผลเลย
5. ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ได้ใช้ในการโฆษณาและการดำเนินงานของ โครงสร้างและช่างงานการหาเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นค่าใช้จ่ายและการตอบแทน แก่หัวหน้าคะแนน
6. เงินที่ใช้ในการหาเสียง ไม่มีทางไม่เกินวงเงิน 350,000 บาท ตามที่กฎหมายกำหนดไว้
7. ในการเลือกตั้งที่ทางพรรคให้ความสำคัญ หรือมีบุคคลของพรรคเข้าแข่งในแบบแพ้ไม่ได้ เช่นการเลือกตั้งครั้งนี้ จะมีการลงทุนสูง เพราะ โครงสร้างและช่างงานในการหาเสียงจะมีกว้างขวางขึ้น และกิจกรรมในการหาเสียงจะ เข้มข้นและมีความถี่มากขึ้น
8. ค่าใช้จ่ายในการหาเสียงมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ทั้งนี้มิใช่เป็นเพราะมีความนิยมในการซื้อเสียงมากขึ้น แต่อาจอยู่ที่ผู้สมัครได้มีแนวโน้ม พยายามปรับปรุงวิธีการหาเสียงให้อยู่เหนือคู่แข่งขึ้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องใช้เงินเพิ่มทั้งสิ้น

จากการศึกษาของ สุจิต บุญบงการ⁴³ ครั้งนี้พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งในการกำหนดประสิทธิภาพของการหาเสียงคือ องค์การหาเสียงของผู้สมัคร ซึ่งองค์การในการหาเสียงครั้งนี้สามารถแบ่ง ได้เป็นสองชนิด คือ องค์การของพรรคเอง และองค์การของผู้สมัครเอง ในกรณีของการหาเสียงในประเทศไทยนั้น องค์การของผู้สมัครเองมีความสำคัญมากกว่าองค์การของพรรค เนื่องจากองค์การของพรรคเองที่จัดตั้งในเขตเลือกตั้ง หรือสาขาพรรคตามเขตเลือกตั้ง ในจังหวัดต่าง ๆ ที่จะช่วยในการรณรงค์หาเสียงให้ผู้สมัครแทบไม่มีอยู่เลย หรือมีก็แต่ในนามเท่านั้น ขณะที่องค์การของผู้สมัครเองจะมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการหาเสียง เพราะองค์การเหล่านี้จะ เข้มแข็งหรือไม่อย่างไรขึ้นอยู่กับตัวผู้สมัครเอง ถ้าผู้สมัครมีบารมี มีอิทธิพล เป็นคนกว้างขวางและมีเพื่อนฝูงมากแล้ว อาจได้คนมาช่วยงานมาก องค์การของผู้สมัครนี้อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวอย่างแท้จริง คืออาศัยพี่น้องและเพื่อนฝูง เป็นสำคัญ

⁴³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 24-25.

จากการศึกษาของ สัจจิต บุญบงการ ได้แสดงให้เห็นถึงแบบแผนของการหาเสียงที่สำคัญของผู้สมัครไว้ดังนี้⁴⁴

1. การปรากฏตัวของผู้สมัครต่อประชาชนผู้ลงคะแนนเสียง เช่น การปราศรัยต่อหน้าชุมชน การไปพบผู้ลงคะแนนเสียงถึงบ้าน หรือในหมู่บ้าน, การปรากฏตัวในงานเลี้ยงต่าง ๆ เช่น งานบวช งานวันเกิด งานแต่งงาน
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การติดป้ายโฆษณาตั้งแต่ขนาดใหญ่สุดเป็นแบบป้าย "คัดเอ้าท์" จนถึงเป็นแผ่นเล็ก ๆ ขนาดปฏิทินพกใส่กระเป๋า การใช้รถกระจายเสียงไปตามชุมชนต่าง ๆ
3. การใช้วิธีชักจูงโดยตรง โดยการส่งหวัคะแนนเพื่อชักจูงผู้มีสิทธิออกเสียงที่ตนเองสนิทสนมคุ้นเคยกันเป็นการส่วนตัว
4. การปรับบุคลิกให้สอดคล้องกับความนิยมของประชาชน การปรากฏตัวอย่างเดียวไม่เป็นเรื่องประกันความสำเร็จในการได้รับคะแนนเสียง ลักษณะการพูดจา ปฏิสัมพันธ์กับประชาชน การมีอัยยาศัยที่รื่นรมย์แจ่มใส การพยายามแสดงให้เห็นว่ามีความจริงใจ การนอบน้อมถ่อมตนแล้วแต่เป็นบุคลิกที่จำเป็นต่อการหาเสียงทั้งสิ้น
5. การหาประโยชน์ให้กับชาวบ้าน รวมทั้งการช่วยเหลือจัดงาน สังสรรค์ บ้านเทิง และมหรสพ ตลอดจนการฉายภาพยนตร์ นอกเหนือจากการช่วยบรรเทาความเดือดร้อน หรือช่วยเหลือทางด้านการเงิน ได้แก่ วัด โรงเรียน สร้างถนนและสะพาน ซึ่งเป็นสาธารณประโยชน์ทั้งหลาย
6. การใช้เงินเพื่อ "ซื้อเสียง" หรือระดมคะแนนเสียงโดยตรง
7. วิธีการอื่น ๆ ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อตอบโต้ การรุกรานหรือการโจมตีของอีกฝ่ายหนึ่ง หรือสร้างความสับสนให้อีกฝ่ายหนึ่ง

การศึกษาของ พิชัย เก้าสาราญ และคณะ⁴⁵ เกี่ยวกับกระบวนการหาเสียงเลือกตั้งและระบบหวัคะแนนของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นการศึกษาเฉพาะในจังหวัดปัตตานี

⁴⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 42-49.

⁴⁵ โปรตตุรายละเอียดใน พิชัย เก้าสาราญ และคณะ, การเลือกตั้งปัตตานี ปี 2529 : ศึกษากรณีกระบวนการหาเสียงและระบบหวัคะแนน (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530).

การศึกษานี้ได้นำแนวคิดในการจัดแบ่งประเภทของผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือนักการเมือง โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านแบบแผน วิชาชีพทางการเมืองและประสบการณ์ทางการเมือง แล้วจึงนำมาศึกษาพิจารณากระบวนการรณรงค์หาเสียงของนักการเมืองแต่ละประเภท นับแต่การเก็บข้อมูลของผู้สมัคร การวางแผนพฤติกรรมการทำงานเลือกตั้ง และการจัดการเกี่ยวกับการเลือกตั้งของผู้สมัครในวันลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

สำหรับกระบวนการหาเสียงเลือกตั้งในพื้นที่ที่ทำการศึกษาคือ พิชัย สรุปว่าค่อนข้างเรียบง่ายในด้านการศึกษา การติดต่อเข้าที่ ไปปลิว รวมทั้งการปราศรัยหาเสียง แต่การต่อสู้ที่ไม่เปิดเผย ที่พิชัย แก้วสวาทู เรียกว่า "การต่อสู้ระหว่างอำนาจฝ่ายขาว" (white power) ซึ่งได้แก่พรรคประชาธิปัตย์ กับ "อำนาจฝ่ายแดง" (red power) คือพรรคสหประชาชาติไทย นั้นแหลมคมมาก เพราะหัวหน้าคณะของผู้สมัครทั้งสองพรรคนี้เป็นนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลมานาน สำหรับการหาเสียงของนักการเมืองที่ไม่มีอิทธิพลพรรคอื่น ๆ นอกเหนือจาก 2 พรรค ดังกล่าวแล้ว จะอาศัยแหล่งชุมชน และงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นสถานที่หลักในการหาเสียง โดยการพูดปราศรัยกับประชาชน การหาเสียงของกลุ่มนี้มักขาดการวางแผนที่ดี และไม่มีระบบ ไม่มีการจัดตั้งหัวคะแนน และขาดการใช้สื่อ (media) ที่สำคัญ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ในท้องถิ่น ทำให้การหาเสียงขาดประสิทธิภาพ ผิดกับนักการเมืองที่มีอิทธิพลจะมีการวางแผนอย่างดี และพร้อมอยู่ตลอดเวลาในการหาเสียง มีข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ครบครัน รวมทั้งมีการจัดองค์กรหัวคะแนน และมีกลุ่มอิทธิพลสนับสนุนอย่างพร้อมเพรียงด้วย และที่สำคัญนักการเมืองอิทธิพลจะใช้จ่ายเงินและเทคนิคต่าง ๆ ให้เป็นประโยชน์อย่างกว้างขวาง เป็นต้นว่า การเวียนเทียนลงคะแนน การโอง โดยการนับคะแนนในหน่วยเลือกตั้งในพื้นที่ของกลุ่มผู้มีอิทธิพล และการใช้เงินซื้อเสียง เป็นต้น

ส่วนเรื่องเกี่ยวกับเงินและหัวคะแนน ในการรณรงค์หาเสียง งานศึกษาของพิชัย แก้วสวาทู ก็เหมือนกับการศึกษาของ สัจจิต บุญงการ พิชัยให้ความสำคัญของการใช้เงินในการรณรงค์หาเสียงว่า ⁴⁶เงินมีบทบาทสำคัญในการรณรงค์หาเสียง เงินมิได้ถูกใช้เพียงแต่การแจกจ่ายห่มซื้อเสียงจากประชาชนเป็นรายบุคคลดังที่เข้าใจกันโดยทั่วไป แต่ภายใต้ระบบการเลือกตั้งที่อาศัยหัวคะแนนเป็นกลไกที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียงและชักพาให้ประชาชนไปลงคะแนนเสียง ค่าใช้จ่ายสำหรับการหาเสียงของผู้สมัครจะเริ่มตั้งแต่การนำเงินไปแจกจ่ายซื้อเสียง เพื่อสร้างความภักดีและนิยมชมชอบจากประชาชนและหัวคะแนน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปปลิวแผ่นป้าย และการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อที่จะสร้างชื่อเสียงและความนิยมให้แก่ผู้สมัคร และทำลายหรือสร้างความเสื่อมเสียให้แก่คู่แข่งอื่น โดยสรุปแล้ว

⁴⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 115-116.

พิชัย แก้วสารathy เห็นว่า เงินค่าใช้จ่ายในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ 47

1. ค่าใช้จ่ายสำหรับการบริจาคซ่อมแซมสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ อันได้แก่ ถนน โบสถ์ ศาลา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่โรงเรียน หมู่บ้าน รวมทั้งเงินบริจาค แก่งานกุศลต่าง ๆ เช่น งานบวชนาคน งานแต่งงาน กรฐิน ผ้าป่า งานประเพณี งานเลี้ยง ต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งของ เครื่องใช้หรืออุปกรณ์กีฬาที่ประชาชนโดยเฉพาะวัยรุ่นได้เรียกร้องจากผู้สมัคร ซึ่งวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการเสียค่าใช้จ่ายประเภทนี้คือ เพื่อสร้าง เสียงและความนิยมในหมู่ประชาชน

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและอุปกรณ์วัสดุต่าง ๆ ในการหาเสียง เช่น โปสเตอร์ แผ่นป้าย ใบปลิว น้ำมันรถ ค่าใช้จ่ายในสำนักงาน หรือในศูนย์อำนวยความสะดวก

3. ค่าตอบแทนและรางวัลที่จะให้กับหัวคะแนนและผู้สนับสนุนช่วยเหลือในการรณรงค์หาเสียง เช่น เงินค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าตอบแทน และสิ่งของเป็นรางวัลขนาดใหญ่ เช่น รถบัสคอปในกรณีที่ผู้สมัครได้รับความสำเร็จในการเลือกตั้ง รวมถึงเงินที่หัวคะแนนและผู้สนับสนุนช่วยเหลือได้ยกยอกออกจากเงินค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้สมัครได้มอบให้เพื่อไปดำเนินการรณรงค์หาเสียง

4. เงินที่ใช้สำหรับซื้อเสียงประชาชนเป็นรายบุคคล ซึ่งปรากฏใน 3 ลักษณะ คือ

4.1 เงินที่นำไปแจกจ่ายซื้อเสียงจากประชาชนโดยผ่านหัวคะแนนเพื่อให้ไปลงคะแนนเสียงสนับสนุน

4.2 เงินที่นำไปซื้อบัตรประชาชนโดยผ่านหัวคะแนน เพื่อไม่ให้ประชาชนกลุ่มนั้นได้ไปลงคะแนนเสียงอันอาจจะเป็นการเพิ่มคะแนนให้แก่คู่แข่งได้

4.3 เงินเพื่อการซื้อกรรมการตรวจนับคะแนนประจำหน่วยเลือกตั้ง เพื่อให้ช่วยเหลือในการทุจริตในการเลือกตั้ง โดยยินยอมให้มีการเวียนเทียน การใส่บัตรลงคะแนนเพิ่มเติมและการนับคะแนนเพื่อเป็นประโยชน์แก่ฝ่ายตน

พิชัย แก้วสารathy ได้กล่าวถึง การใช้จ่ายเงินของผู้สมัครจะมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ คือ

1. คุณสมบัติของผู้สมัคร
2. เทคนิคในการรณรงค์หาเสียง
3. อาณาเขตพื้นที่ของเขตเลือกตั้ง
4. การแข่งขันและโอกาสที่ผู้สมัครจะได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง

สำหรับแหล่งที่มาของเงินที่ผู้สมัครใช้ในการรณรงค์หาเสียง พิชัย เก้าสาราญ 48 ได้พบมีแหล่งที่มาดังนี้

1. เงินส่วนตัวของผู้สมัครหรือครอบครัวของเขา
2. เงินที่ได้รับการสนับสนุนจากพรรคการเมือง ซึ่งจะได้เฉพาะผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเป็นนักการเมืองอาชีพ ที่มีอิทธิพล
3. เงินที่ได้รับการสนับสนุนจากนักธุรกิจการเมือง เพื่อหวังผลประโยชน์ตอบแทนในภายหลัง

ในเรื่องแหล่งที่มาของเงินนี้ การศึกษาของ พิชัย เก้าสาราญ ได้ข้อสรุป เช่นเดียวกับ สัจจิต บุญบงการ โดยที่การศึกษาวิจัยของ สัจจิต บุญบงการ พบว่าผู้นำในพรรคการเมือง มักจะให้เงินสนับสนุนแก่ผู้สมัคร เป็นการส่วนตัว ที่นอกเหนือไปจากเงินของพรรคการเมือง เพราะผู้นำในพรรคการเมืองหวังที่จะได้รับการสนับสนุนแก่ผู้สมัครเมื่อได้รับเลือกตั้ง 49

อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายเงินไม่ว่าจะเป็นการแจกเงินหรือการซื้อเสียงนั้น จะต้องดำเนินการอย่างมีจุดมุ่งหมาย มักจะนำมาใช้ในสถานการณ์ที่ผู้สมัครไม่สามารถจะสร้างหรือหาคะแนนนิยมได้ในเขตเลือกตั้ง เงินก็จะถูกใช้เพื่อสร้างศรัทธาและความนิยมขึ้น การแจกเงินหรือการซื้อเสียงจะต้องมีความมั่นใจว่า สามารถเปลี่ยนเสียงให้เป็นคะแนนได้ การดำเนินการนี้จะต้องผ่านบุคคลที่มีหน้าที่สำคัญในการดำเนินการแจกเงิน และให้ข่าวสารก็คือ "หัวคะแนน" 50

พิชัย เก้าสาราญ ได้พบความสัมพันธ์ระหว่างหัวคะแนนกับผู้สมัคร เป็นความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ 51 (patron-client) ซึ่งขึ้นอยู่กับการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน บางรายเป็นความสัมพันธ์แบบเครือข่าย เพื่อนที่เคยช่วยเหลือสนิทสนมกันมาก่อน โดยผู้สมัครรับเลือกตั้ง จะเป็นบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งและฐานะที่สูงกว่าหัวคะแนน เขาอาจเคยเป็นนายของหัวคะแนน หรือช่วยเหลือในเรื่องเงิน การวิ่งเต้นติดต่อราชการ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครกับหัวคะแนนของเขาทั้งหมด มีลักษณะ เป็นแบบรวมศูนย์อยู่ที่ผู้นำ (ego-centric extracts of networks) โดยผู้สมัครจะเป็นศูนย์กลางของความสัมพันธ์ทั้งหมดที่มีอยู่กับหัวคะแนน ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นแบบแนวตั้ง (Vertical Links)

48 เรื่องเดียวกัน, หน้า 126-128.

49 สัจจิต บุญบงการ. การใช้งบประมาณในการรณรงค์หาเสียงและการเลือกตั้ง, หน้า 59.

50 พิชัย เก้าสาราญ, การเลือกตั้งปัดตานีปี 2529 : ศึกษาเฉพาะกรณีกระบวนการหาเสียงและระบบหัวคะแนน, หน้า 105.

51 เรื่องเดียวกัน, หน้า 107.

ชาตรี จันทรวิระชัย⁵² ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับหัวคะแนนในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาก็เช่นเดียวกับ พิชัย เก้าสาราญ ชาตรี จันทรวิระชัย ได้สรุปว่า หัวคะแนนไม่จำเป็นต้องเป็นชนชั้นนำเสมอไป แต่ส่วนใหญ่แล้วหัวคะแนนมักจะเป็นชนชั้นนำ มีเงิน มีตำแหน่ง มีอิทธิพล-อำนาจ ฯลฯ ซึ่งได้แก่ กำนัน, ผู้ใหญ่บ้าน, ครู ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและกำนัน สารวัตรกำนัน คณะกรรมการสภาตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน ประธานกลุ่มมวลชนต่าง ๆ ผู้นำศาสนา พ่อค้า หัวหน้าไควต้า (อ้อย, น้ำตาล) นักธุรกิจใหญ่ ๆ ส.จ., ส.ท. เจ้าพ่อ นักเลง และคนสำคัญอื่น ๆ ที่ชาวบ้านหลายหมู่บ้านให้ความเคารพนับถือ⁵³ สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครกับหัวคะแนน มีลักษณะของความสัมพันธ์ของการอุปถัมภ์ และ/หรือ ความสัมพันธ์ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน และความสัมพันธ์ระหว่างหัวคะแนน กับประชาชนผู้มาใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง มีลักษณะของความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน คือเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง

- | | |
|-----------------------|------------|
| - กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน | กับลูกบ้าน |
| - หัวหน้าไควต้า | กับลูกไร่ |
| - พระสงฆ์ | กับลูกวัด |
| - เจ้าหน้าที่ยาเสพติด | กับประชาชน |
| - ผู้สูงอายุ | กับประชาชน |

และยังมีความสัมพันธ์ในลักษณะอื่น ๆ อีกมาก ทั้งที่มีลักษณะ ไม่เท่าเทียมกัน และ เท่าเทียมกัน เช่น ความสัมพันธ์ของความเป็นญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง⁵⁴ เป็นต้น

นอกจากนั้น ชาตรี จันทรวิระชัย ได้แสดงทัศนะว่า ผู้มีส่วนสำคัญที่สุดต่อการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คือ หัวคะแนน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครกับประชาชนต้องมีหัวคะแนนเป็น "สื่อกลาง" หัวคะแนนจะต้องคุมคนตามบัญชีที่ได้ตกลงกันไว้ล่วงหน้าว่า รับผิดชอบกี่คน กี่ครอบครัว และจำนวนคนอย่างน้อยที่สุดเท่าไร ไปลงคะแนนในวันเลือกตั้ง หัวคะแนนโดยเฉพาะระดับหมู่บ้าน จะมีความหมายมาก ๆ เพราะคุมคนหรือคุมเสียงไม่มากเกินไปอยู่ในวิสัยที่คุมได้⁵⁵ ดังนั้นทัศนะของชาตรี จันทรวิระชัย เกี่ยวกับบทบาทที่สำคัญของหัวคะแนนต่อการรณรงค์หาเสียงเหมือนกับทัศนะของสมบัติ จันทรวงศ์ แม้จะได้ทำการศึกษาคนละประเด็น คนละพื้นที่

52 ชาตรี จันทรวิระชัย, "หัวคะแนนในระบบการเลือกตั้งของไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดกาญจนบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532). หน้า 694.

53 เรื่องเดียวกัน, หน้า 639.

54 เรื่องเดียวกัน, หน้า 650-670.

55 เรื่องเดียวกัน, หน้า 610.

เสนีย์ ศาสุข 56 ได้ศึกษาประเด็นของผู้สมัครรับเลือกตั้งไม่ได้รับการเลือกตั้ง โดยศึกษาถึงวิธีการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัคร ส.ส. ที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งในเขตเลือกตั้งที่ 4 จังหวัดอุบลราชธานี ในการเลือกตั้งทั่วไป 24 กรกฎาคม 2531 พบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีทรัพยากรทางการเมืองที่จำกัด มักใช้วิธีหาเสียงโดยการปราศรัย การเดินทางไปหาเสียงกับประชาชนตามหมู่บ้าน ในเขตเลือกตั้ง แต่ก็ไม่สามารถทำได้อย่างทั่วถึงเพราะมีเวลาจำกัด และผู้สมัครไม่เป็นที่รู้จักของประชาชน ส่งผลให้ประชาชนไม่เกิดความนิยมผู้สมัคร

ขณะเดียวกัน เสนีย์ ศาสุข พบว่า ผู้สมัครที่ประสบความสำเร็จได้รับการเลือกตั้งจะเป็นผู้ที่มีความพร้อมเพรียงทางด้านทรัพยากรทางการเมือง และใช้วิธีการหาเสียงหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการจัดตั้งตัวแทนหรือหัวคะแนนไปพบกับประชาชน ซึ่งวิธีเหล่านี้สอดคล้องกับวัฒนธรรมทางการเมืองของคนในชนบท และในเขตชนบทเงินสามารถซื้อชัยชนะในการเลือกตั้งได้ 57

เสนีย์ ศาสุข ได้สรุปถึงส่วนประกอบที่สำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 58 ดังนี้

1. ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง
2. ทรัพยากรที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียง ได้แก่
 - 2.1 เงิน
 - 2.2 คณะผู้ทำงานช่วยเหลือในการรณรงค์หาเสียงและหัวคะแนน
 - 2.3 ยานพาหนะ
 - 2.4 เทคโนโลยีสมัยใหม่
 - 2.5 วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียง
3. เขตเลือกตั้ง
4. คู่แข่งขันคนสำคัญในเขตเลือกตั้ง

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

56 เสนีย์ ศาสุข, "การศึกษากรณีผู้สมัครรับเลือกตั้งไม่ได้รับการเลือกตั้ง" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ แผนกวิชาการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2532), หน้า 2.

57 เรื่องเดียวกัน, หน้า 62-63.

58 เรื่องเดียวกัน, หน้า 65-68.

พิจารณาจากแนวคิดและผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งดังกล่าวข้างต้น พบว่าการตัดสินใจลงคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง เป็นไปตามฐานะทางสังคมของแต่ละคน ไม่ใช่เพราะประเด็นปัญหาทางการเมืองที่ใช้เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งแต่อย่างใด และผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งโดยถูกระดม (mobilized) จากชนชั้นนำ หรือผู้นำในชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนผู้สมัครโดยตรง หรือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐโดยอ้อม การไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงมีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการเมืองของคนไทยที่ยึดถือตัวบุคคล และค่านิยมเหล่านี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ได้นำมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดยุทธศาสตร์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เช่นไร ถึงจะทำให้ตนเองได้รับเลือกตั้ง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีและผลงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา เพื่อให้การศึกษาวิจัยที่เจาะลึกได้ข้อมูลที่แท้จริง ถูกต้อง จึงคาดว่าด้วยระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยและทฤษฎีดังกล่าว จะทำให้การศึกษาวิจัยนี้ได้ผลสรุปที่น่าสนใจ และแปลกใหม่เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครในระดับท้องถิ่นได้ไม่มากนัก

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษายุทธศาสตร์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้ทรัพยากรที่สำคัญในการหาเสียง ซึ่งได้กำหนดทรัพยากรที่สำคัญประกอบด้วย

- 1) เงิน
- 2) ผู้ช่วยเหลือในการหาเสียงหรือหัวคะแนน รวมทั้งการจัดองค์กรในการหาเสียง
- 3) ประเด็นทางการเมือง และการปราศรัยหาเสียง
- 4) การรวบรวมการหาข่าวสารการเลือกตั้ง
- 5) การได้รับการสนับสนุนจากพรรคหรือกลุ่มการเมือง

เพื่อความสะดวกในการศึกษาวิจัยและความกระจ่างในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลการศึกษาวิจัยนี้ จะแยกประเภทของผู้สมัคร โดยนำข้อมูลจาก คุณลักษณะ และภูมิหลัง ประสบการณ์ทางการเมือง อิทธิพล อำนาจทางการเมือง ระบบหัวคะแนน และแบบแผนการพัฒนาวิชาชีพทางการเมืองของผู้สมัครมาแบ่งประเภทผู้สมัคร ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ผู้สมัครประเภทนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล
2. ผู้สมัครประเภทนักการเมืองอาชีพ
3. ผู้สมัครประเภทนักการเมืองผู้เริ่มต้น
4. ผู้สมัครประเภทนักการเมืองสมัครเล่น หรือผู้ฉวยโอกาสทางการเมือง