

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์ในการหาเสียงหาเสียงผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา : กรณีศึกษาจังหวัดสระบุรี ในการเลือกตั้ง วันที่ 2 มีนาคม 2551 โดยเป็นการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อมุ่งศึกษาในเรื่องกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2551

สำหรับประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยบุคคล 3 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มคะแนนสูงสุด 2) กลุ่มคะแนนปานกลาง 3) กลุ่มคะแนนต่ำสุด จำนวน 15 คน 2. ฝ่ายทีมงานหรือหัวคะแนนหรือผู้สนับสนุน จำนวน 22 คน 3. ฝ่ายคณะกรรมการเลือกตั้งจังหวัดสระบุรี จำนวน 5 คน รวมประชากรวิจัย จำนวน 42 คน การสุ่มตัวอย่างวิจัยเป็นแบบเฉพาะเจาะจงบุคคลของประชากรแต่ละฝ่าย คือฝ่ายผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา จำนวน 3 คน ฝ่ายทีมงานหรือหัวคะแนนหรือผู้สนับสนุน จำนวน 3 คน ฝ่ายคณะกรรมการเลือกตั้งจังหวัดสระบุรี จำนวน 1 คน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามและร่วมให้สัมภาษณ์ รวมจำนวน 7 คน

1. สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการค้นคว้าเอกสารสามารถสรุปได้ ดังนี้

1.1 กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งที่เป็นทางการของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี

หมายถึงเป็นกลยุทธ์ในการรณรงค์หาเสียงที่ถูกกฎหมาย โดยที่การรณรงค์หาเสียงที่ถูกกฎหมาย หมายถึง การรณรงค์หาเสียงที่เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมาย ทั้งโดยการรณรงค์หาเสียงโดยผ่านสื่อมวลชน การรณรงค์หาเสียงด้วยตนเอง หรือรูปแบบอื่นใด เป็นต้น

พบว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี ซึ่งปรากฏในประเด็นจากกรอบในการศึกษาวิจัย ได้แก่ 1. ป้ายคำหาเสียง 2. ปราศรัย 3. บัตรแนะนำตัว 4. รถแห่หาเสียง 5. แผ่นพับหรือโบว์ชัวร์ 6. เผยแพร่ความรู้ทางการเมืองและกฎหมาย 7. การสำรวจปัญหาความต้องการ 8. เดินเคาะประตูบ้าน

ทั้งนี้ โดยภาพรวมมีความเป็นไปได้มาก ที่ประเด็นที่ตั้งไว้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย โดยอธิบายรายละเอียดแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

1.1.1 ป้ายคำหาเสียง กลยุทธ์ในด้านนี้ของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา แต่ละคนจะมีความแตกต่างกัน คือผู้สมัครที่มีความพร้อมมากหรือเงินทุนมาก จะใช้คำหาเสียงจำนวนมาก และนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ที่มีรูปผู้สมัคร มีเบอร์ มีวันที่ เดือน ปี ไปลงคะแนน เพื่อจูงใจประชาชนได้ดีและเป็นจำนวนมาก ส่วนผู้สมัครที่มีงบประมาณหาเสียงจำกัดหรือมีความพร้อมน้อยหรือกลัวจะผิดกฎหมายจะใช้แผ่นป้ายคำหาเสียงจำนวนน้อย

1.1.2 การปราศรัย กลยุทธ์ในด้านนี้ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา แต่ละคนจะมีโอกาสหรือสิทธิเท่าเทียมกัน คือจะมีการจัดเวทีปราศรัยหรือพบปะประชาชนได้เหมือนกัน โดยทางคณะกรรมการการเลือกตั้งจังหวัดสระบุรีจะเป็นเจ้าภาพดำเนินการให้พูด หนึ่งอำเภอ หนึ่งครั้ง ๆ ละ 10-20 นาทีต่อคน โดยหมุนเวียนกันไปจนครบทุกอำเภอ

1.1.3 บัตรแนะนำตัวหรือโบว์ชัวร์หรือ แผ่นพับใบปลิว กลยุทธ์ด้านนี้ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา ก็จะมีโอกาสหรือสิทธิที่จะจัดกระทำได้เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับเงินทุนงบประมาณของแต่ละคน โดยจะเสนอข้อมูลส่วนบุคคลและข้อความได้เหมือนกับป้ายคำหาเสียง เพียงแต่ย่อขนาดลง ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณของตนเอง

1.1.4 รถโฆษณาหรือรถแห่หาเสียง กลยุทธ์ในด้านนี้ ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคน ก็มีสิทธิเท่าเทียมกันหรือเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่งบประมาณหรือกลยุทธ์ของแต่ละคน คือมีรถปิกอัพติดป้ายขนาดเท่ากระดาดอัด ข้อความก็เหมือนป้ายคำหาเสียง และมีเครื่องเสียง

1.1.5 การสำรวจปัญหาหรือความต้องการของประชาชน กลยุทธ์ในด้านนี้ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคน ก็มีสิทธิเท่าเทียมกันหรือเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่งบประมาณหรือกลยุทธ์ของแต่ละคน แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่พบผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาคนใดดำเนินการสำรวจปัญหาหรือความต้องการของประชาชนเลย

1.1.6 การให้ความรู้เรื่องการเมืองการปกครองและกฎหมาย กลยุทธ์ในด้านนี้ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคน ก็มีสิทธิเท่าเทียมกันหรือเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่งบประมาณหรือกลยุทธ์ของแต่ละคน แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่พบผู้สมัครคนใดดำเนินการสำรวจปัญหาหรือความต้องการของประชาชนเลย

1.1.7 การเดินเคาะประตูบ้าน กลยุทธ์ในด้านนี้ ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคนก็มีสิทธิเท่าเทียมกันหรือเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงทั้งงบประมาณหรือกลยุทธ์ของแต่ละคน แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่ามีบางคนเท่านั้นที่ใช้กลยุทธ์ด้วยวิธีนี้ จากการให้คำสัมภาษณ์ของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา เช่น นายจรัส จักรยิ่งรุ่งเรือง นายวินัย มีศรี และ พันเอก (พิเศษ) วีรพน ปุณณภูมิ เป็นต้น แต่กระทำได้น้อยครั้งมาก คือดำเนินการเพียงเมื่อช่วงเวลาหาเสียงเท่านั้น

สรุปว่า “กลยุทธ์ที่เป็นทางการในการหาเสียงของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระในการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2551 ในส่วนของป้ายผ้าที่เอ้าท์ การปราศรัย บัตรแนะนำตัว แผ่นพับใบปลิว รถแห่โฆษณา เป็นกลยุทธ์ที่ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภานิยมใช้กลยุทธ์นี้มากที่สุด รองลงมาที่จะเป็นการเดินเคาะประตูบ้าน ฯลฯ

2. ประเด็นกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งที่ไม่เป็นทางการของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา

หมายถึงกลยุทธ์หรือวิธีการการรณรงค์หาเสียงที่ผิดกฎหมาย เป็นการรณรงค์หาเสียงที่ดำเนินการฝ่าฝืนกฎหมาย ได้แก่ การซื้อเสียง การแจกสิ่งของ และการให้คำมั่นสัญญาต่อสาธารณะ การใช้อำนาจ/อิทธิพลข่มขู่ บังคับ ได้แก่

พบว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี ซึ่งกลยุทธ์ในด้านนี้ของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา ซึ่งปรากฏในประเด็นจากกรอบในการศึกษาวิจัย ได้แก่ 1. การซื้อเสียงโดยตรงและโดยอ้อม 2. การบริจาคเงินสิ่งของ/จัดงาน/ร่วมงานเลี้ยงการกุศลตามต่าง ๆ 3. ระบบหัวคะแนน/ผู้มีอิทธิพล 4. เครือญาติ พี่ น้อง / ตระกูล 5. ชื่อกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง 6. ให้ข้อมูลเชิงลบแก่คู่แข่ง เป็นต้น

ทั้งนี้ โดยภาพรวมมีความเป็นไปได้มาก ที่ประเด็นที่ตั้งไว้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย โดยอธิบายรายละเอียดแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

2.1 การซื้อเสียงโดยตรงและโดยอ้อม คือการซื้อเสียงโดยตรง จ่ายให้กับเจ้าตัวผู้มีสิทธิ์ส่วนใหญ่จะริบบัตรประชาชนมาเก็บไว้ เพื่อไม่ให้ขายให้กับพรรคอื่น แล้วค่อยคืนให้วันเลือกตั้งใกล้ ๆ คูหา การซื้อเสียงโดยอ้อม คือการซื้อหัวคะแนนที่คุมเสียงได้ ซื้อสิ่งของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อส่วนรวม ระดับชุมชนสัญญาว่าถ้าได้รับเลือกตั้งจะมาพัฒนา รับปากเจ้าอาวาสจะมาทอดกฐิน ฯลฯ

2.2 การบริจาคเงินหรือ จัดและร่วมงานเลี้ยงการกุศลต่าง ๆ คือการจัดและร่วมงานการกุศล

ทั้งเป็นไปตามขนบธรรมเนียมประเพณี และตามสมัยนิยม โดยเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งเปิดเผยและลับ การเป็นเจ้าภาพงานศพ หรือการให้พวงหรีดในงานศพ หรือร่วมงานทำบุญ โดยการบริจาคเงินให้แก่งานศพ หรืองานตามประเพณีไทยอื่น

2.3 ผู้มีอิทธิพลและระบบห้วคะแนน ระบบห้วคะแนน หมายถึง การวางรูปแบบการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง โดยการจัดกระบวนการผู้รับห้วคะแนนเสียงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่จะช่วยรณรงค์เพื่อให้ประชาชนลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สนับสนุนผู้สมัครรายวิธีต่าง ๆ ตลอดจนวางแผนในขั้นตอนผู้สมัครรับเลือกตั้ง ห้วคะแนนมักเป็นผู้ที่มีคนรู้จักอย่างกว้างขวางเป็นที่เชื่อถือของชาวบ้าน เมื่อไปแนะนำผู้สมัครคนใดให้ชาวบ้านเลือกชาวบ้าน ก็จะเชื่อและเลือกคนนั้น ห้วคะแนนมีความสำคัญต่อการหาเสียงมาก ผู้มีอิทธิพล หมายถึงผู้มีอำนาจในด้านที่ไม่เป็นทางการและมีความสามารถทำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม โดยการโน้มน้าวชักจูง เช่น อำนาจบารมีที่ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนด้วยพฤติกรรมความเชื่อ หรือบุคลิกภาพทางสังคมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละสังคม เช่น ความเป็นนักเลง ใจถึง ฟังได้ พูดจริง ทำจริง กล้าใช้ความรุนแรง มีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับแนวหน้าในสังคม และมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับกลไกภายนอกสังคม เช่น ข้าราชการ นักการเมือง นักธุรกิจ ผู้มีอิทธิพลจะเป็นที่พึ่งของชุมชนได้

2.4 เครือญาติพี่น้องหรือตระกูล คือลูกหลาน เหลนโหลนต่าง ๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง รวมทั้งพี่น้องในตระกูล ทั้งในสายเลือดและต่างสายเลือด

2.5 ชื่อกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง ให้ทุจริต เช่น กาบตำรวจคะแนนแทนผู้มีสิทธิ มักทำกับหน่วยในชนบท เช่น บนดอยห่างไกล มีคนไม่รู้เรื่องสิทธิเลือกตั้ง ชื่อคณะกรรมการเลือกตั้ง ให้ออกไปเหลือง ใบแดง ฝ่ายตรงกันข้าม

2.6 การสนับสนุนการเมืองทุกระดับ คือให้ความช่วยเหลือหรือให้เงินสนับสนุนในการรณรงค์หาเสียงหรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งในทุกระดับ คือทั้งการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่น

2.7 ให้ข้อมูลเชิงลบแก่คู่แข่ง คือการให้ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงแก่ผู้สมัครคนอื่น เพื่อทำให้เกิดความเสียหายหมดความน่าเชื่อถือ เพราะว่าปัจจุบันนี้ยังไม่มีความคิดที่จะแยกแยะว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความเป็นมาอย่างไร ซึ่งประชาชนไม่สามารถจะแยกแยะได้อย่างแท้จริง ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายทั้งแก่บุคคลนั้น ๆ ตลอดจนประเทศชาติในที่สุด

สรุปผลกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี ในการเลือกตั้ง 2 มีนาคม 2551 ทั้งกลยุทธ์ที่เป็นทางการและกลยุทธ์ที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ 1. ป้ายคัทเอ้าท์ 2. ปราศรัย 3. บัตรแนะนำตัว 4. รถแห่หาเสียง 5. แผ่นพับ / โบว์ชัวร์ 6. เผยแพร่ความรู้ทางการเมือง 7. อื่น ๆ เช่น การสำรวจปัญหาความต้องการ / เติมน้ำประปาบ้าน ที่ไม่เป็นทางการ คือ 1. ซื้อเสียงโดยตรงและทางอ้อม 2. บริจาคเงินการกุศล 3. หัวคะแนน 4. ผู้มีอิทธิพล 5. เครือญาติพี่น้อง 6. จัด/ร่วมงานเลี้ยงการกุศล 7. ซื้อหน่วยเลือกตั้งโดยตรง 8. ให้ข้อมูลเชิงลบแก่คู่แข่ง 9. อื่น ๆ และผลการเลือกตั้ง คือนายจรัส จักรยิ่งรุ่งเรือง คณะกรรมการการเลือกตั้งจังหวัดสระบุรี ให้การรับรอง

ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เป็นทางการมีความเป็นไปได้สูง โดยกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า มีความเห็นสอดคล้องกับกรอบในการศึกษาวิจัย คือบางคนมีความเห็นว่า ป้ายคัทเอ้าท์ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง หลายคนมีความเห็นว่ากลยุทธ์การเข้าไปพูดคุย การเข้าไปสำรวจปัญหาและความต้องการกับประชาชนเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการหาเสียงเลือกตั้ง และหลายคนเห็นว่า การซื้อเสียงทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เป็นกลยุทธ์ที่ให้ผลต่อการแพ้หรือชนะการเลือกตั้งได้เป็นผลสำเร็จอย่างแน่นอน

3. การอภิปรายผล การอภิปรายผลที่สำคัญ คือ

จากผลการวิจัยที่ได้สรุปในข้างต้น ผู้วิจัยขอแยกอภิปรายผล เป็น 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

3.1 กลยุทธ์ที่เป็นทางการในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี

หมายถึงกลยุทธ์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ถูกกฎหมาย โดยที่การรณรงค์หาเสียงที่ถูกกฎหมาย หมายถึง การรณรงค์หาเสียงที่เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมาย ทั้งโดยการรณรงค์หาเสียงโดยผ่านสื่อมวลชน การรณรงค์หาเสียงด้วยตนเอง หรือรูปแบบอื่นใด เป็นต้น

กลยุทธ์ที่เป็นทางการในการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2551 ก่อนข้างมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก เช่น แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ของธนนัน อนุมานราชธน และคณะ (อ้างในสุภชัย วงษ์บรรใจ: 2546) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ของ ธโสธร ตู้อทองคำ: 2548

สรุปว่า “กลยุทธ์ที่เป็นทางการในการหาเสียงของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี ในการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2551 ในส่วนของป้ายคัทเอ้าท์ การปราศรัย บัตรแนะนำตัว

แผ่นพับหรือใบปลิวหรือรณรงค์โฆษณา เป็นกลยุทธ์ที่ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภานิยมใช้กลยุทธ์นี้มากที่สุด รองลงมาที่จะเป็นการเดินเคาะประตูบ้าน ฯลฯ นับเป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องต้องกันกับแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก กล่าวคือแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ของ ธวัชชัย คุ้มทองคำ, 2549: 560-562) ว่าด้วยการใช้จ่ายเงินในการเลือกตั้งที่เป็นทางการ หมายถึง การใช้จ่ายเงินในการเลือกตั้งที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงที่เป็นไปอย่างชัดเจน และผู้สมัครรับเลือกตั้งจะกำหนดเป็นหลักฐานในการแจ้งยอดรวมการใช้จ่ายเมื่อต้องแจ้งต่อทางการตามที่กฎหมายกำหนด ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ ที่สำคัญได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การปราศรัย การลงชื่อความในสื่อมวลชน ค่าใช้จ่ายในด้านการอำนวยความสะดวก เช่น ค่าพาหนะ ค่าขนส่ง เบี้ยเลี้ยง อาสาสมัคร เป็นต้น แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง อนุমানราชชน และคณะ (อ้างในสุกัญญา วงษ์บรรใจ: 2548:25) อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยสรุป คือ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนพยายามที่จะแสดงต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งว่า ตนเองมีความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้ไปทำหน้าที่ผู้แทนในการใช้อำนาจอธิปไตย ซึ่งเป็นของผู้มีสิทธิและหน้าที่ของแต่ละคน

3.1.1 ป้ายคัทเอ้าท์ กลยุทธ์ในด้านนี้ของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา แต่ละคนจะมีความแตกต่างกัน คือผู้สมัครที่มีความพร้อมมากหรือเงินทุนมาก จะใช้คัทเอ้าท์จำนวนมาก และนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ คือมีรูปผู้สมัคร มีเบอร์ วันที่ เดือน ปี ไปลงคะแนน เพื่อจูงใจประชาชนได้ดีและเป็นจำนวนมาก ส่วนผู้สมัครที่มีงบประมาณหาเสียงจำกัดหรือมีความพร้อมน้อยหรือกลัวจะผิดกฎหมายจะใช้แผ่นป้ายคัทเอ้าท์จำนวนน้อย

3.1.2 การปราศรัย กลยุทธ์ในด้านนี้ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา แต่ละคนจะมีโอกาสหรือสิทธิเท่าเทียมกัน คือจะมีการจัดเวทีปราศรัยหรือพบปะประชาชนได้เหมือนกัน โดยทางคณะกรรมการการเลือกตั้งจังหวัดสระบุรีจะเป็นเจ้าภาพดำเนินการให้ปราศรัย หนึ่งอำเภอ หนึ่งครั้ง ๆ ละ 10-20 นาทีต่อคน โดยหมุนเวียนกันไปจนครบทุกอำเภอ

3.1.3 บัตรแนะนำตัวหรือโบว์ลาร์หรือแผ่นพับใบปลิว กลยุทธ์ด้านนี้ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา ก็จะมีโอกาสหรือสิทธิที่จะจัดกระทำได้เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับเงินทุนงบประมาณของแต่ละคน โดยจะเสนอข้อมูลส่วนบุคคลและข้อความได้เหมือนกับป้ายคัทเอ้าท์ เพียงแต่ย่อขนาดลง ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณของตนเอง

3.1.4 รณรงค์หรือรณรงค์หาเสียง กลยุทธ์ในด้านนี้ ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคน ก็มีสิทธิเท่าเทียมกันหรือเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่งบประมาณหรือกลยุทธ์ของแต่ละคน คือมีรถปิกอัพติดป้ายขนาดเท่ากระดาดอัด ข้อความก็เหมือนป้ายคัทเอ้าท์ และมีเครื่องเสียง

3.1.5 การเดินเคาะประตูบ้าน กลยุทธ์ในด้านนี้ ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคนก็มีสิทธิเท่าเทียมกันหรือเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงทั้งงบประมาณหรือกลยุทธ์ของแต่ละคน แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีบางคนเท่านั้นที่ใช้กลยุทธ์ด้วยวิธีนี้ จากการให้คำสัมภาษณ์ของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา เช่น นายจรัส จิ้งย่องเรืองรุ่ง นายวินัย มีศรี และ พันเอก (พิเศษ) วีรพน ปุณณภูมิ เป็นต้น แต่กระทำได้น้อยครั้งมาก คือดำเนินการเพียงเมื่อช่วงเวลาหาเสียงเท่านั้น

สรุปว่า “กลยุทธ์ที่เป็นทางการในการหาเสียงของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี ในการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2551 ในส่วนของป้ายคำท่อน้ำ การปราศรัย บัตรแนะนำตัว แผ่นพับใบปลิว รถแห่โฆษณา เป็นกลยุทธ์ที่ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภานิยมใช้กลยุทธ์นี้มากที่สุด รองลงมา ก็จะเป็นการเดินเคาะประตูบ้าน ฯลฯ

3.2 กลยุทธ์ที่ไม่เป็นทางการในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี

หมายถึงกลยุทธ์หรือวิธีการการรณรงค์หาเสียงที่ผิดกฎหมาย เป็นการรณรงค์หาเสียงที่ดำเนินการฝ่าฝืนกฎหมาย ได้แก่ การซื้อเสียง การแจกสิ่งของ และการให้คำมั่นสัญญาต่อสาธารณะ การใช้อำนาจ/อิทธิพลข่มขู่ บังคับ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ไม่เป็นทางการในการหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาจังหวัดสระบุรี เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2551 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่วิจัยโดยตรงค่อนข้างมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก เช่น แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ ของ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับหวัะแนน ของเพ็ญพงษ์ เชาวลิธ และศรีสมภพ จิตภิรมย์ศรี: 2531) พิชัย แก้วสำราญ และคณะ (อ้างในเพียงกมล มานะรัตน์ :2547) เจมส์ ซี สก็อตต์ (Jame C, Scott อ้างในอมรา พงศาพิชญ์และปรีชา คูมินทร์พันธ์, 2543) บวรศักดิ์ อุวรรณโณ: 2545)

3.2.1 การซื้อเสียงโดยตรงและโดยอ้อม คือการซื้อเสียงโดยตรง จ่ายให้กับเจ้าตัวผู้มีสิทธิ์ส่วนใหญ่จะริบบัตรประชาชนมาเก็บไว้ เพื่อไม่ให้ขายให้กับพรรคอื่น แล้วค่อยคืนให้วันเลือกตั้ง ใกล้เคียง ๆ คุณหา การซื้อเสียงโดยอ้อม คือการซื้อหวัะแนนที่คุมเสียงได้, ซื้อของให้ส่วนรวม ระดับชุมชนสัญญาว่าถ้าได้รับเลือกตั้งจะมาพัฒนา รับปากเจ้าอาวาสจะมาทอดกฐิน ฯลฯ

3.2.2 การบริจาคเงินหรือจัดและร่วมงานเลี้ยงการกุศลต่าง ๆ คือการจัดและร่วมงานการกุศล

ทั้งเป็นไปตามขนบธรรมเนียมประเพณี และตามสมัยนิยม โดยเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งเปิดเผยและลับ การเป็นเจ้าภาพงานศพ หรือการให้พวงหรีดในงานศพ หรือร่วมงานทำบุญ โดยการบริจาคเงินให้แก่งานศพ หรืองานตามประเพณีไทยอื่น

3.2.3 ผู้มีอิทธิพลและระบบห้วคะแนน ระบบห้วคะแนน หมายถึง การวางรูปแบบการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง โดยการจัดกระบวนการผู้รับห้วคะแนนเสียงบุคคลหรือออกุ^๓บุคคลที่จะช่วยรณรงค์^๔เพื่อให้^๕ประชาชนลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สนับสนุนผู้^๖สมัคร^๗
^๘วยวิธี๓^๙าง ๆ ตลอดจนวางแผนในขั้นตอนผู้สมัครรับเลือกตั้ง ห้วคะแนนมักเป็นผู้ที่มีคนรู้จักอย่างกว้างขวาง เป็นที่เชื่อถือของชาวบ้าน เมื่อไปแนะนำผู้สมัครคนใดให้ชาวบ้านเลือก ก็จะเชื่อและเลือกคนนั้น ผู้มีอิทธิพล หมายถึงผู้มีอำนาจที่ไม่เป็นทางการและมีความสามารถทำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม โดยการโน้มน้าวชักจูง เช่น อำนาจบารมีที่ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนด้วยพฤติกรรมความเชื่อ หรือบุคลิกภาพทางสังคมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละสังคม เช่น ความเป็นนักเลง ใจถึง ฟังได้ พูดจริง ทำจริง กล้าใช้ความรุนแรง มีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับแนวหน้าในสังคม และมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับกลไกภายนอกสังคม เช่น ข้าราชการ นักการเมือง นักธุรกิจ ผู้มีอิทธิพลจะเป็นที่พึ่งของชุมชน

3.2.4 เครือญาติพี่น้องหรือตระกูล คือลูกหลาน เหลนโหลนต่าง ๆ ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง รวมทั้งพี่น้องในตระกูล ทั้งในสายเลือดและต่างสายเลือด

3.2.5 ข้อกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง ให้ทุจริต เช่น กาบัตรลงคะแนนแทนผู้มีสิทธิมักทำกับหน่วยในชนบท เช่น บนคอยห่างไกล มีคนไม่รู้เรื่องสิทธิเลือกตั้ง ข้อคณะกรรมการเลือกตั้ง ให้ออกไปเหลือง ใบแดง ฝ่ายตรงกันข้าม

3.2.6 การสนับสนุนการเมืองทุกระดับ คือให้ความช่วยเหลือหรือให้เงินสนับสนุนในการรณรงค์หาเสียงหรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งในทุกระดับ คือทั้งการเมืองระดับชาติและท้องถิ่น

3.2.7 ให้ข้อมูลเชิงลบแก่คู่แข่ง คือการให้ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงแก่ผู้สมัครคนอื่น เพื่อทำให้เกิดความเสียหายหมดความน่าเชื่อถือ เพราะว่าปัจจุบันนี้ยังไม่มีใครคิดที่จะแยกแยะว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความเป็นมาอย่างไร ซึ่งประชาชนไม่สามารถจะแยกแยะได้อย่างแท้จริง ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายทั้งแก่บุคคลนั้น ๆ ตลอดจนจนประเทศชาติในที่สุด

สรุปการอภิปรายผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เป็นทางการมีความเป็นไปได้สูงในการได้รับคะแนน โดยกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า มีความเห็นสอดคล้องกับกรอบในการศึกษาวิจัย คือบางคนมีความเห็นว่าป้ายคำท้า^{๑๐} เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง หลายคนมีความเห็นว่ากลยุทธ์การเข้าไปพูดคุย ใกล้ชิดประชาชนหรือชุมชน และการเข้าไปสำรวจปัญหาและความต้องการของประชาชนเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการหาเสียงเลือกตั้ง และหลายคนเห็นว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งที่ไม่เป็นทางการการ คือชื่อเสียงทั้งโดยตรงและโดยอ้อมโดยผ่านห้วคะแนน เป็นกลยุทธ์ที่ให้ผลต่อการแพ้หรือชนะการเลือกตั้งได้เป็นผลสำเร็จ

อย่างดี ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่เป็นกลยุทธ์ที่มีผลทำให้ประสบผลสำเร็จในการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ.2551 ก็คือกลยุทธ์ด้านเงินทุนสนับสนุนในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีกลยุทธ์ด้านทุนและกลยุทธ์ที่ดำเนินการของการสนับสนุนในการหาเสียงเลือกตั้งที่มากและดี และครบทุกองค์ประกอบของกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้ง จะเป็นฝ่ายได้เปรียบมากกว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งคนอื่น ๆ โดยทุนและกลยุทธ์ในการสนับสนุนในการหาเสียงเลือกตั้งในครั้งนี้ของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาแต่ละคนจะมีองค์ประกอบของทุนสนับสนุนในการหาเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน โดยผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนใช้ทุนทางเศรษฐกิจเป็นกลยุทธ์หลัก ส่วนผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนใช้ทั้งทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางการเมืองควบคู่กันไป ส่วนผู้สมัครรับเลือกตั้งบางรายที่มีทุนทางด้านเศรษฐกิจน้อยก็จะใช้จุดแข็ง ด้านอื่นของทุนสนับสนุนในการหาเสียงเลือกตั้งที่มีอยู่ นำขึ้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับผู้สมัครมากที่สุด เช่น นายจรัล จิ๋นยี่งเรืองรุ่ง เป็นผู้สมัครที่มีจุดเด่นด้านทุนทางเศรษฐกิจอย่างมากมาย เพราะเป็นผู้สมัครที่มีภาวะผู้นำ มีความรู้ความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รักเคารพและศรัทธาของประชาชน และยังได้รับการยกย่องนับถือจากองค์การภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเป็นเวลานาน จึงทำให้ นายจรัล จิ๋นยี่งเรืองรุ่ง เป็นที่รู้จักของประชาชน และได้เปรียบมากกว่าผู้สมัครคนอื่น ๆ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้แทนของตน โดยนอกจากจะพิจารณาจากกลยุทธ์ด้านคุณสมบัติส่วนตัว กลยุทธ์ด้านนโยบายหาเสียงของผู้สมัครที่ถูกต้องและตรงกับความต้องการของพี่น้องประชาชน ดังนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญในการส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ก็คือการทำให้ประชาชนตระหนักในบทบาทหน้าที่ของพลเมืองดี โดยการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งและเลือกคนดีเป็นผู้แทน เพื่อให้ได้คนดีเป็นศรีสังคมเข้ามาทำหน้าที่ ซึ่งจะส่งผลดีต่อประชาชนโดยตรงในลำดับแรก อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดปัญหาของการเลือกตั้งที่ไม่บริสุทธิ์ยุติธรรมให้ลดน้อยลง และส่งผลดีต่อชุมชนและประเทศชาติในลำดับต่อมา ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขในระดับท้องถิ่นและในระดับชาติ ให้มีความมั่นคงเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผู้วิจัยพบว่าผลการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาของจังหวัดสระบุรีครั้งนี้ ก่อนข้างจะไม่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 นัก เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเสียงจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย 3 กลุ่ม คือกลุ่มคะแนนสูงสุด 99,435 คะแนน กลุ่มคะแนนปานกลาง 7,854 คะแนน, กลุ่มคะแนนต่ำสุด 2,163 คะแนน ว่าผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา ที่มีทรัพยากรทางการเงินสนับสนุนมากกว่าย่อมได้เปรียบกว่าผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา ที่มีทรัพยากรทางการเงินสนับสนุนน้อยกว่า นั่นหมายถึงผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งใช้กลยุทธ์ในเชิงรับ

มากกว่าในเชิงรุก เพราะว่าตามแนวคิดทฤษฎีการปกครองระบอบประชาธิปไตย มีว่า “เป็นการปกครองของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน” เพราะฉะนั้น ประชาชนจึงควรต้องสนใจในตัวผู้สมัคร ว่าสมควรจะเป็นตัวแทนของคนได้มากน้อยเพียงใด หรือไม่ เพราะว่าผลลัพธ์ที่จะเกิดจากการเมืองเป็นของสังคมโดยรวมทั้งหมด ไม่ใช่ของตนเองหรือพวกพ้องของคนที่จะได้รับ

และพบว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับกรอบในการศึกษาวิจัย คือบางคนมีความเห็นว่าป้ายคำท้าวหาญ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งหลายคนมีความเห็นว่าการเข้าไปพูดคุย การเข้าไปสำรวจปัญหาและความต้องการกับประชาชน เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้จัดอยู่ในกลยุทธ์ที่เป็นทางการ ดังปรากฏในตารางที่ 1.1 แต่กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาครั้งนี้ ที่มีผลต่อการชนะการเลือกตั้งหรือได้คะแนนมากกว่า คือกลยุทธ์ที่ไม่เป็นทางการ คือทั้งยุทธวิธีการซื้อเสียงโดยตรงและทางอ้อม การบริจาคเงินสิ่ง เป็นเจ้าภาพ ร่วมและจัดงานสังสรรค์ของแก่มูลนิธิสมาคม วัด มัสยิด ระบบห้วคะแนนและใช้ผู้มีอิทธิพล ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น ทำให้เห็นว่าไม่มีความสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และมีความแตกต่างกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักเลือกตั้งเลย ที่ต้องการเห็นว่าสมาชิกวุฒิสภาเป็นสภาที่ปลอดจากการเมืองและเป็นสภาที่สูงส่งในเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นสภาสูงหรือวุฒิสภา

4. ข้อเสนอแนะ

4.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้เกี่ยวข้อง

4.1.1 ด้านผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ควรจะ

- 1) มีความสนใจทางการเมืองและเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น โดยการไปใช้สิทธิออกเสียงทุกครั้งด้วยเหตุผล
- 2) ต้องรู้บทบาทและหน้าที่ของสมาชิกวุฒิสภาเป็นอย่างดี โดยการศึกษา ติดตามข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของสมาชิกวุฒิสภาอย่างสม่ำเสมอ
- 3) อย่ายอมรับการซื้อสิทธิขายเสียง เพราะเป็นสิ่งผิดกฎหมายและไม่เป็นผลดีต่อตนเองและประเทศชาติ อย่าเชื่อนักการเมืองมากจนเกินไปในการโฆษณาหาเสียง ควรเชื่อมั่นในตนเอง โดยเฉพาะก่อนตัดสินใจว่าจะลงคะแนนเลือกใคร

4.1.2 ด้านผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา

1) ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาควรมีคุณธรรมและจริยธรรมมากขึ้น คือควรใช้กลยุทธ์ที่เป็นทางการมากกว่าที่ไม่เป็นทางการ โดยเฉพาะอย่าซื้อเสียงหรือทุจริตในการเลือกตั้ง เพราะไม่มีผลดีต่อการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขเลย

2) ควรจะนำกลยุทธ์การสำรวจปัญหาหรือความต้องการที่แท้จริงของประชาชน เพื่อจะที่จะได้ทราบและตอบสนอง เพื่อการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด

3) ควรรู้และเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกวุฒิสภาเป็นอย่างดี

4) ไม่ควรใช้กลยุทธ์ในการหาเสียงเช่นเดียวกับกลยุทธ์ในการหาเสียงของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือมีระบบห้วคะแนนเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพราะสภาวุฒิสภาเป็นสภาสูงเกียรติยิ่งกว่าและมีความสำคัญต่อประชาชนและประเทศชาติ ซึ่งตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มีความแตกต่างจากสภาผู้แทนราษฎรเป็นอย่างมาก

4.1.3 ด้านคณะกรรมการการเลือกตั้ง

1) ควรจะส่งเสริมการให้ความรู้เรื่องกฎหมายและการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยการจัดฝึกอบรมให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ

2) ควรจะจัดเวทีปราศรัยให้แก่ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา ให้มากขึ้น และควรปล่อยให้ผู้สมัครได้พูดปราศรัยกับประชาชนได้อย่างเต็มที่ เมื่อไม่ผิดกฎหมายเลือกตั้ง และควรให้ทั่วถึงทุกเขตพื้นที่การเลือกตั้ง

3) ควรจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งให้แก่ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพราะงานด้านนี้เป็นงานสำคัญแก่ส่วนรวมมาก

4) ไม่ควรจะมีการเรียกเก็บค่าสมัครหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ แก่ผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภา. แต่อย่างใด เพราะจะไม่มีผลดีต่อการพัฒนาการเมืองระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในโอกาสครั้งต่อไป

4.2.1 ควรจะใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในวงที่กว้างขึ้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ลุ่มลึกและได้ข้อสรุปที่มีลักษณะทั่วไปมากขึ้น

4.2.2 ควรศึกษาวิจัยในเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของไทย โดยเฉพาะการแปรรูปรัฐวิสาหกิจการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) ว่า “มีใครได้เสียจากการแปรรูปรัฐวิสาหกิจนี้บ้างหรือไม่ อย่างไร”

4.2.3 เงินทุนและแหล่งที่มาหรือค่าใช้จ่ายในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ว่ามาจากที่ไหน อย่างไร เพื่ออะไร

4.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

4.3.1 ควรจะนำกลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งที่เป็นทางการมากกว่ากลยุทธ์ที่ไม่เป็นทางการในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทุกระดับ

4.3.2 การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ ควรจะใช้อย่างระมัดระวัง เพราะงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีที่จังหวัดสระบุรี เพราะกล่าวโดยบริบทแล้วอาจมีความแตกต่างกันได้

