

การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

The election of mayors in subdistrict municipalities in loei province

เลแกน สุธรรม และวิชัญชัย พละบุตร

Lagan Sutham and Wissanuchai Palabhuttra

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย^{1,2}

Public Administration Program, Loei Rajabhat University^{1,2}

*Corresponding author, email: Lagan.sutham@gmail.com

Retrieved: 07-06-2025; Revised: 22-07-2025 :Accepted: 31-07-2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย และ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัย คือ เทศบาลตำบลศรีสองรัก เทศบาลตำบลน้ำสวย เทศบาลตำบลภูเรือ และเทศบาลตำบลนาแห้ว

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย คือ การออกเดินไปตามบ้านเรือนของประชาชน หรือที่เรียกว่า “การเคาะประตูบ้านขอคะแนน” และ 2) รูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย คือ ระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือแบบชายตรง

องค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัย คือ รูปแบบการรณรงค์หาเสียงแบบการออกเดินไปเคาะประตูบ้านขอคะแนนเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในระดับท้องถิ่น และรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนแบบระบบเครือข่ายหรือแบบชายตรง ช่วยให้การเมืองท้องถิ่นเข้าถึงประชาชนได้อย่างใกล้ชิด จึงมีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

คำสำคัญ : การรณรงค์หาเสียง; หัวคะแนน; การเลือกตั้งท้องถิ่น; เทศบาลตำบล; การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์

Abstract

The objectives of this research were to (1) study the campaign patterns that influence the electoral success of subdistrict municipality mayoral candidates in Loei Province, and (2) investigate the forms of canvassing that affect the election outcomes of subdistrict municipality mayoral candidates in Loei Province. This study adopts a qualitative research methodology and was conducted in four subdistrict municipalities: Sri Song Rak, Num Suay, Phu Rua, and Na Heao. The research results were found as follows:

The campaign pattern influencing the electoral success of subdistrict municipality mayoral candidates in Loei Province is door-to-door canvassing, commonly referred to as “vote-seeking by knocking on doors,” which is particularly effective in rural subdistrict municipalities.

The forms of canvassers that affect the election outcomes of subdistrict municipality mayoral candidates in Loei Province are network-based or direct-selling style systems.

The knowledge derived from this study suggests that door-to-door campaigning is a highly effective strategy in local elections. Additionally, the use of a network-based or direct-selling canvasser model enables political candidates to establish close connections with constituents. These approaches contribute to the electoral success of subdistrict municipality mayoral candidates in Loei Province.

Keywords: Election Campaigning; Canvassers; Local Election; 4 Subdistrict Municipality; 5 Exchange of benefits

บทนำ

การเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นของประเทศไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและการปกครองตนเอง (ปธาน สุวรรณมงคล, 2552) โดยข้อมูลจากกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นในปี 2563 ระบุว่าประเทศไทยมีเทศบาลตำบลกว่า 2,247 แห่ง แสดงให้เห็นถึงบทบาทของการเมืองระดับฐานรากที่ขยายตัวครอบคลุมทั่วประเทศ การเลือกตั้งในระดับนี้ไม่เพียงส่งผลต่อทิศทางการพัฒนาท้องถิ่น แต่ยังสะท้อนภาพรวมของประชาธิปไตยทั้งระบบ การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเทศบาลใหม่พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 มีการเปลี่ยนแปลงการเลือกตั้งใหม่ ให้ประชาชนเป็นผู้เลือกตั้งนายกเทศมนตรีโดยตรง ทั้งในเทศบาลนคร เทศบาลเมือง และเทศบาลตำบล การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการเลือกตั้งในระดับเทศบาลมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้นายกเทศมนตรี มีเสถียรภาพ สามารถบริหารงานได้คล่องตัวและมีความต่อเนื่องขึ้นกว่าเดิม เป็นการเพิ่มอำนาจให้นายกเทศมนตรีมีความเข้มแข็งขึ้น และ

ยังมีสภาพความเป็นตัวแทนของประชาชนอย่างแท้จริง (ธเนศวร์ เจริญเมือง, 2542) ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และดุลอำนาจใหม่ในเทศบาลทั่วประเทศ โดยเฉพาะกระบวนการการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นทางการเมือง โดยผู้สมัครต้องแข่งขันกันนำเสนอสถิติความสามารถเฉพาะบุคคล นโยบายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่น รวมถึงผู้สมัครยังต้องวางแผน วางกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตนได้รับเลือกเข้าไปดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรี ผ่านการหาเสียงในรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้ประชาชนรู้จักผู้ที่จะเป็นผู้แทนของตนเข้าไปเป็นนายกเทศมนตรี (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545) กระบวนการหาเสียงเลือกตั้งในระดับเทศบาลใช้หัตถ์คะแนนเป็นกลไกหลักในการแสวงหาคะแนนเสียงจากผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (พรพิมล ธรรมสาร, 2561) การศึกษาของกิตติ ยามาสาเร๊ะ (2019) พบว่าการใช้สื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคลและสื่อใหม่ร่วมกับสื่อดั้งเดิม เช่น รถแห่ ป้ายหาเสียง และการแจกแผ่นพับ ยังมีบทบาทสำคัญในการกระจายข้อมูลและโน้มน้าวใจประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิทยากร ท่อแก้ว (2568) ที่พบว่าการใช้สื่อดั้งเดิมยังมีบทบาทสำคัญ เช่น การใช้รถแห่ และการปราศรัยในพื้นที่ การเคาะประตูพบปะประชาชนและทีมหัตถ์คะแนนจะช่วยกระจายข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีในจังหวัดเลย ยังคงเผชิญกับความท้าทายในด้านการรณรงค์หาเสียงและการจัดตั้งหัตถ์คะแนน ปัญหาหลักคือการขาดแบบแผนการหาเสียงที่เน้นนโยบายและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้ประชาชนไม่สามารถประเมินความเหมาะสมของผู้สมัครได้อย่างชัดเจน และจากการสังเกตผู้วิจัย พบว่า การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีในหลายเขตเทศบาลตำบลหลายแห่งยังประสบปัญหาในด้านวิธีการรณรงค์หาเสียง และการจัดระบบหัตถ์คะแนน หลากหลายและไม่เป็นระบบ ขาดการวิเคราะห์รูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่เหมาะสมกับเลือกตั้งที่สอดคล้องกับบริบทและวัฒนธรรมของพื้นที่ ยังคงให้เกิดค่าใช้จ่ายสูงเกินความจำเป็น

การศึกษาที่เกี่ยวข้องยังพบว่าหัตถ์คะแนนที่จะประสบความสำเร็จมักมีทักษะการสื่อสารที่ดี ความน่าเชื่อถือ และเครือข่ายในชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงผู้สมัครกับประชาชน (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568) การเลือกตั้งที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับการจัดตั้งหัตถ์คะแนนที่เป็นระบบและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ (ทวี สุรฤทธิกุล, 2541) ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่าเครือข่ายทางสังคมและกลยุทธ์การหาเสียงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการลงสมัครรับเลือกตั้ง (พระครูพิสุทธิธรรมมาภรณ์, 2568) รวมถึงรูปแบบการหาเสียงที่นำเสนอโน้มน้าวใจประชาชนก็เป็นปัจจัยหลักที่ประชาชนใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี (พระนิทัศน์ วงศ์วังเพิ่ม, พิทยา สาคร, และจันทร์เพ็ญ เจริญทรัพย์, 2565)

จากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการรณรงค์หาเสียงและการจัดตั้งหัตถ์คะแนนยังคงเป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยเฉพาะในบริบทของพื้นที่ที่มีระบบอุปถัมภ์และกลุ่มชนชั้นนำท้องถิ่นเป็นฐานอำนาจหลัก แม้ว่าจะมีงานศึกษาที่กล่าวถึงประเด็นนี้อยู่บ้าง แต่ยังคงขาดการวิจัยเชิงลึกที่วิเคราะห์รูปแบบของการหาเสียงและการจัดตั้งหัตถ์คะแนน

อย่างเป็นระบบในบริบทเฉพาะของจังหวัดเลย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และโครงสร้างอำนาจทางการเมืองที่หลากหลาย เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา รูปแบบการรณรงค์หาเสียง และ รูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนน ที่ส่งผลกระทบต่อ การได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย โดยเลือกพื้นที่ศึกษาในเขตเทศบาล ตำบลที่มีการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง และมีลักษณะการแข่งขันทางการเมืองในระดับเข้มข้น งานวิจัยนี้จะ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก และการ สังเกตแบบมีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หัวคะแนน ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเลือกตั้งในเทศบาลตำบล โดยจะดำเนินการคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่าง ด้วยวิธีการแบบเจาะจง จากเขตเทศบาลที่มีการแข่งขันสูงและมีการใช้กลยุทธ์การหาเสียงและการ จัดตั้งหัวคะแนนอย่างเป็นระบบ

บทความวิจัยนี้นำเสนอ รูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็น นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย และรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับ เลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย ซึ่งจะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจเชิงลึกถึง กลไกและปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมทางการเมืองในระดับท้องถิ่น และสะท้อนภาพจริงของ กระบวนการเลือกตั้งในเทศบาลตำบล ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปเป็นแนวทางพัฒนาระบบ การเมืองท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีความเป็นธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลในจังหวัดเลย
- 2) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หมายถึง กระบวนการที่ผู้สมัครใช้วิธี หลากหลายเพื่อโน้มน้าวประชาชนให้เลือกตน (จรรยา สุภาพ ,2535) ระบุว่าเป็นความพยายามเปิด โอกาสให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลทางการเมืองและตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ขณะที่สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2545) ชี้วัตถุประสงค์หลัก 3 ด้าน คือ กระตุ้นฐานเสียง ดึงผู้สนับสนุนแฝง และเปลี่ยนใจฝ่ายตรงข้าม การหาเสียงมีรูปแบบต่าง ๆ เช่น ตามรูปแบบสื่อ บุคคล และกฎหมาย (ธิดา ตู้องค์, 2556) ขั้นตอน สำคัญในการรณรงค์ ได้แก่ การจัดตั้งองค์การหาเสียง วางแผนยุทธศาสตร์ และจัดระบบหัวคะแนน ซึ่ง หัวคะแนนทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญเชื่อมโยงผู้สมัครกับประชาชนในระดับพื้นที่ ผ่านการสื่อสาร นโยบายและสร้างความเชื่อมั่น (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2568) หัวคะแนนมักเป็นผู้นำท้องถิ่นหรือผู้มีอิทธิพล ที่ได้รับความไว้วางใจจากชุมชน สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างลึกซึ้งและจูงใจให้ลงคะแนน โดยมีการ พบปะ การชักชวนผู้คน และการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการที่วางไว้อย่างเคร่งครัด ระมัดระวัง จริงใจ

และตรงไปตรงมากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งท้องถิ่นตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในท้ายที่สุด (สุพรรณา ภัทรเมธาวรรกุล และคณะ, 2022) การทำงานของห้วคณะแนวอาจะเป็นอาสาสมัครหรือได้รับผลตอบแทน โดยใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นเครื่องมือโน้มน้าว (De Sio & Weber, 2020; Newman et al., 2018) โดยจะสร้างความนิยมให้กับผู้สมัครที่ตนสนับสนุนด้วยการสนับสนุนด้วยกล่าวถึงคุณงามความดีและผลงานที่ผ่านมา (วรลักษณ์ พุ่มพวง และ สมเกียรติ วันทะนะ, 2556) ห้วคณะแนวมีหลายประเภท ได้แก่ 1) ตามความสัมพันธ์ เช่น เครือญาติ เพื่อน หรือผู้แนะนำ 2) ตามอาชีพ เช่น ผู้นำท้องถิ่น ข้าราชการ นักธุรกิจ พระสงฆ์ 3) ตามการจัดตั้ง เช่น ที่จัดตั้งโดยผู้สมัคร หรือเกิดขึ้นเอง 4) ตามความชำนาญ เช่น มืออาชีพ มือใหม่ ห้วคณะแนวลอม 5) ตามโครงสร้างพื้นที่ เช่น ระดับคุ้ม หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสายสัมพันธ์ทางเครือญาติมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งโดยเฉพาะในเขตนอกเมือง (เอกรินทร์ ต่วนศิริ และ สามารถ ทองเผื่อ, 2564) ห้วคณะแนวมิบทบาทสำคัญในการแปลง “ทุนทางสังคม” เป็น “คะแนนเสียง” ผ่านเครือข่ายและกลยุทธ์ที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับสามเขตยุทธศาสตร์

แนวคิดสามเขตยุทธศาสตร์แบ่งพื้นที่ที่มีสิทธิเลือกตั้งออกเป็น “เขตเรา เขตเป็นกลาง เขตเขา” โดยเป้าหมายหลักของการหาเสียงคือการชิงมวลชนในเขตกลาง ซึ่งมีทั้งกลุ่มเฉยเมยไร้เดียงสาและกลุ่มเฉยเมยปัญหา (แสวง รัตนมงคลมาศ และพิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต , 2536) การจำแนกเขตช่วยให้สามารถกำหนดแผนรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจาก “เขตเรา” เพื่อเสริมฐานเสียง แล้วขยายไปสู่เขตกลาง ชัยวัฒน์ กุลศักดิ์วิมล (2543) สนับสนุนว่า ยุทธศาสตร์นี้ช่วยเพิ่มความแม่นยำในการใช้ทรัพยากรหาเสียงอย่างคุ้มค่า สามเขตยุทธศาสตร์ หมายถึง การจำแนกกลุ่มประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งหรือกลุ่มเป้าหมายเป็น 3 พื้นที่เป้าหมาย เพื่อเป็นกุญแจนำไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ คือ เขตเรา เขตเป็นกลาง และเขตเขา กล่าวคือ ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เป็นฐานคะแนนเสียงของฝ่ายเรา หรือฝ่ายเขาจึงมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นมวลชนเฉยเมยที่ยังไม่ได้อยู่ฝ่ายใดจะมีลักษณะเป็นกลางมากกว่า เรียกว่ามวลชนเป็นกลาง มีลักษณะเฉยเมย หรือเฉื่อยชาทางการเมือง กลุ่มเฉยเมยไร้เดียงสา (Ignorant Passive) คือ เป็นผู้ที่มีความรู้และสนใจเรื่องการเมือง การออกไปใช้สิทธิ์จะยึดที่ตัวบุคคลเป็นหลัก พร้อมทั้งจะให้ความร่วมมือทุกรูปแบบต่างๆ ดังนั้นแนวทางในการรณรงค์ ที่เหมาะสมกับบุคคลกลุ่มนี้ควรจะใช้แนวทางการรณรงค์ด้านลึก ส่วนกลุ่มเฉยเมยปัญหา (Intellectual Passive) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มของคนชนชั้นกลางที่มีการศึกษา เป็นกลุ่มบุคคลที่รู้เรื่องการเมืองค่อนข้างดี แต่ไม่ค่อยสนใจเกี่ยวกับการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง โดยคิดว่าการเลือกตั้งมิใช่ความหวัง หรือไม่มีความศรัทธาในพรรคการเมือง และนักการเมืองที่ลงสมัคร แต่กลุ่มนี้จะมีความตื่นตัวในการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งเมื่อมีความขัดแย้งในประเด็นการเมือง (Issue Politics) ดังนั้น แนวทางรณรงค์ที่เหมาะสมกับคนกลุ่มนี้ควรเป็นแนวทางการรณรงค์ด้านกว้าง เมื่อจุดชี้ขาดของการได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง อยู่ที่การชิงมวลชนทั้งประเภทเฉยเมยไร้เดียงสา และเฉยเมยปัญหา แนวทางการรณรงค์

จะต้องจำแนกพื้นที่ออกเป็นเขตยุทธศาสตร์(Target Areas) และจำแนกกลุ่มบุคคลเป้าหมาย (Target Group) โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็นเขตเรา เขตเป็นกลาง และเขตเขา ตามแนวคิด 3 เขตยุทธศาสตร์ การช่วงชิงมวลชนของผู้สมัครจึงจำเป็นต้องเริ่มจากเขตยุทธศาสตร์เราก่อน โดยพยายามจัดตั้งและกระชับองค์การจัดตั้งของเรา และจึงออกไปเคลื่อนไหวชิงมวลชนเฉยเมยทั้งสองกลุ่ม และอาจที่จะไปหรือไม่ไปก็ได้ ในการที่จะเข้าไปเคลื่อนไหวในเขตเขา ที่นี้แล้วแต่สถานการณ์ของการณรงค์ที่เข้มข้นหรือไม่ ในช่วงปลายของฤดูหาเสียง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระบบการเมืองท้องถิ่นของไทยมักดำเนินอยู่ภายใต้โครงสร้างของระบบอุปถัมภ์ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบไม่เท่าเทียมระหว่าง “ผู้อุปถัมภ์” และ “ผู้รับอุปถัมภ์” ที่มีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ โดยผู้รับอุปถัมภ์ต้องแสดงความภักดีตอบแทน เช่น การลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัคร (Scott, อ้างถึงใน ชีรยุทธ บุญมี, 2533) ความสัมพันธ์นี้ไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของอุดมการณ์หรือหลักการ แต่เป็นมิตรภาพเชิงประโยชน์ที่โยงกับอิทธิพลทางเศรษฐกิจและสังคม ทฤษฎีของ Homans และ Blau ช่วยอธิบายว่าความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์คือผลจากพฤติกรรมและการแลกเปลี่ยน ซึ่งบุคคลจะมีปฏิสัมพันธ์โดยคาดหวังผลตอบแทน และหลีกเลี่ยงผลลบหรือการลงโทษ (Homans, อ้างใน เพียกมล มานะรัตน์, 2547) ส่วน Blau มองว่าการแลกเปลี่ยนนี้มีพันธะทางสังคมที่ผู้มีส่วนร่วมจะต้องรักษาไว้ต่อเนื่อง (Blau, อ้างถึงใน เพียกมล มานะรัตน์, 2547) แม้แต่การสร้างเครือข่ายหัวคะแนน ซึ่งหัวคะแนนเปรียบเสมือน “ตัวแทนผู้อุปถัมภ์” ที่มีบทบาทสื่อสารและโน้มน้าวประชาชนในชุมชนระดับฐานราก โดยอาศัยความใกล้ชิดและความไว้วางใจที่สั่งสมในสังคมท้องถิ่น ผลที่ตามมาคือความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนนี้กลายเป็นกลไกสำคัญที่รักษาอำนาจของนักการเมือง และส่งผลต่อผลลัพธ์ของการเลือกตั้งโดยตรง トラบดีที่ระบบอุปถัมภ์ยังคงมีบทบาทอยู่ในการเมืองก็ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศชาติ ผู้สมัครที่ต้องการได้รับการเลือกตั้งหรือต้องการอำนาจ มักจะขยายความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ผ่านกระบวนการเลือกตั้งที่มีความสัมพันธ์ในเชิงอุปถัมภ์กับประชาชนในเขตเลือกตั้ง เป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่เกื้อหนุนหรือแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน จึงก่อให้เกิดการแบ่งกลุ่มก้อนกันชัดเจน การเอื้อประโยชน์ให้กับคนใกล้ชิด การตอบแทนซึ่งกันและกัน (ประทุมมา รอด สุจริต, 2558)

กล่าวโดยสรุป ระบบอุปถัมภ์และการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์เป็นรากฐานของความสัมพันธ์ทางการเมืองในระดับท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นอย่างไร้รูปแบบ แต่เป็นกระบวนการต่อรองอย่างมีแบบแผนและต่อเนื่องระหว่างผู้สมัคร หัวคะแนน และประชาชน โดยเฉพาะในสังคมชนบทที่ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมีน้ำหนักสูง

แนวคิดชนชั้นนำนิยม

แนวคิดนี้สนับสนุนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ในสังคมการเมือง โดยเชื่อว่าผู้มีอำนาจมักครอบครองตำแหน่งสำคัญโดยไม่สะท้อนเจตจำนงของคนส่วนใหญ่ และมักสืบทอดอำนาจในกลุ่มผลประโยชน์ร่วมกันที่เน้นผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าสาธารณะ (พิชาย รัตนดิถ ฌ ฎเกิต, 2552) มักหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ใช้อิทธิพล ความรุนแรง หรือการข่มขู่ เพื่อรักษาสถานอำนาจ ชนชั้นนำมีความสามารถรวมกลุ่มอย่างเหนียวแน่น และเป็นผู้จัดสรรทรัพยากรสำคัญโดยจำกัดโอกาสประชาชนส่วนใหญ่เข้ามามีส่วนร่วม ผลลัพธ์คือโครงสร้างอำนาจที่ปิดกั้นและสะท้อนการเมืองแบบบนลงล่างอย่างชัดเจนในสังคมไทย ดังนั้นประชาธิปไตยโดยชนชั้นนำ (elitist democracy) นี้ จึงเป็นระบอบที่ชนชั้นนำยังคงครอบงำอำนาจทางการเมืองผ่านการเลือกตั้งและกลไกประชาธิปไตย โดยใช้ความได้เปรียบทางเศรษฐกิจ สังคม และเครือข่ายอำนาจ แม้ประชาธิปไตยจะอ้างถึงถึงอำนาจของประชาชน แต่การสถาปนาและอยู่รอดของประชาธิปไตยมักต้องอาศัยความยินยอมและการจัดการของชนชั้นนำ ที่สืบทอดอำนาจผ่านตระกูลการเมือง และมักมีอิทธิพลสูงในพรรคการเมือง การเลือกตั้ง และกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ

แนวคิดเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์

แนวคิดการแลกเปลี่ยนมองว่าความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคมตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแสวงหาผลประโยชน์ร่วมกัน โดย George Homans เสนอว่า พฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์เกิดจาก 3 หน่วยหลัก ได้แก่ กิจกรรม การกระทำระหว่างกัน และความรู้สึก ซึ่งล้วนสัมพันธ์กับผลตอบแทนและการหลีกเลี่ยงโทษ (อ้างถึงใน เพียงกมล มานะรัตน์, 2547) อธิบายว่าการปฏิสัมพันธ์ในสังคมเกิดขึ้นเพราะแต่ละฝ่ายต่างมองหา “ผลตอบแทน” จากอีกฝ่าย และการแลกเปลี่ยนนี้ทำให้เกิดข้อผูกพันทางสังคม เช่น ความคาดหวังและหน้าที่ในการตอบแทน (อ้างใน เพียงกมล มานะรัตน์, 2547) แนวคิดนี้เชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับระบบอุปถัมภ์ ซึ่งบุคคลยอมอยู่ภายใต้อิทธิพลของอีกฝ่ายเพราะหวังผลประโยชน์บางอย่าง เช่น การช่วยเหลือคุ้มครอง หรือสนับสนุนทางเศรษฐกิจและการเมือง (เพียงกมล มานะรัตน์, 2547) การเมืองระดับท้องถิ่นของไทยยังคงแฝงอยู่ภายใต้กลไกของระบบอุปถัมภ์และการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างผู้นำกับประชาชนที่เน้นความใกล้ชิดและการพึ่งพาอาศัย ยังเป็นฐานสำคัญของการสร้างเครือข่ายทางการเมืองในระดับพื้นที่

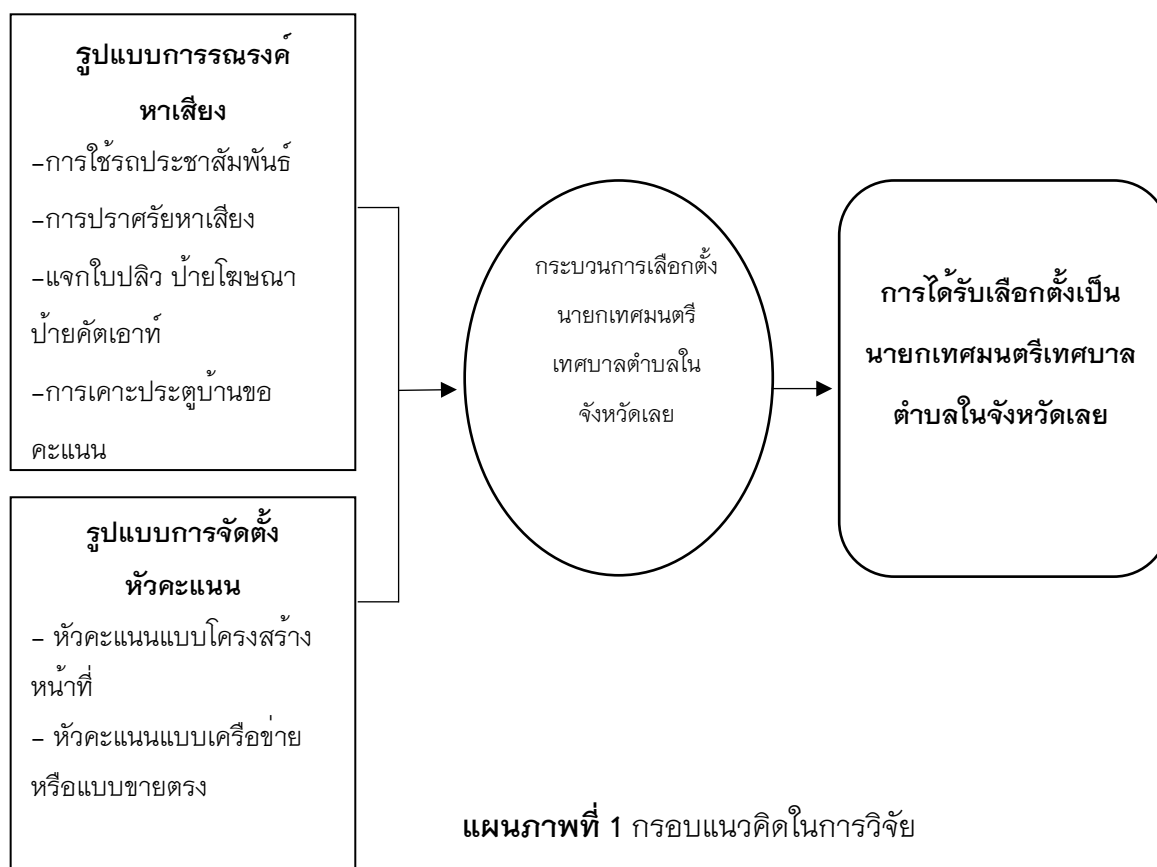
จากการทบทวนวรรณที่เกี่ยวข้องข้างต้นถึงแนวคิดที่จะใช้เพื่อเป็นกรอบในการอธิบายการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย ผู้วิจัยใช้ประเด็นการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งร่วมกับการวิเคราะห์ประเด็นสามเขตยุทธศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่ส่งผลต่อการได้รับการเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย และวิเคราะห์แนวคิดความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ แนวคิดชนชั้นนำนิยม และแนวความคิดเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ประเด็นความสัมพันธ์ของคนในสังคมในชนบทที่ยังมีความสัมพันธ์ในลักษณะของระบบอุปถัมภ์ รวมทั้งการเป็นหัวคะแนน พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนที่เน้นความคาดหวังต่อผลประโยชน์ตอบ

แทนที่ตนจะได้รับจากการไปลงคะแนนเลือกตั้ง เป็นต้น ซึ่งจะนำไปสู่การค้นพบรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลยต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดประกอบด้วย (1) แนวความคิดการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง รวมถึงแนวคิดสามเขตยุทธศาสตร์ (ธโสธร ตู้อทองคำ, 2556) (2) แนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ ของ James C. Scott (อ้างถึงใน ชีรยุทธ บุญมี, 2533) (3) แนวคิดชนชั้นนานิยม และ (4) แนวความคิดเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงทั้ง 4 แนวคิด แล้วนำมาปรับใช้กับการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

รูปแบบการรณรงค์หาเสียงและรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนน



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัยคือ เทศบาลตำบลในจังหวัดเลย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีจำนวน 4 คน ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเจ้าหน้าทีเทศบาลจำนวน 9 คน หัวคะแนนจำนวน 13 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 4 คนและประชาชนทั่วไปจำนวน 10 คน รวมจำนวน 40 คน

จากเทศบาล 4 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลศรีสองรัก เทศบาลตำบลน้ำสวย เทศบาลตำบลภูเรือ และเทศบาลตำบลนาแห้ว ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด คือ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-Informant) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากการให้คะแนนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ผลจากการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) พบว่าแบบสัมภาษณ์มีค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยมีค่า IOC อยู่ที่ 0.96 2) แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ในศึกษารูปแบบการรณรงค์หาเสียงและรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์ข้อมูลแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สมัครนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลยทั้ง 4 แห่ง ดำเนินการหาเสียงด้วยใช้วิธีรณรงค์ที่หลากหลาย โดยใช้รูปแบบในการหาเสียงที่คล้าย ๆ กัน ซึ่งมีจุดร่วมคือการมุ่งเน้นเข้าถึงประชาชนในระดับชุมชน ได้แก่

1.1 การใช้รถโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใช้ในระยะเริ่มต้นของการหาเสียง โดยติดป้ายพร้อมเสียงประชาสัมพันธ์นโยบายผ่านลำโพงขณะตระเวนในพื้นที่ เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงคุณสมบัติและนโยบายของผู้สมัคร ซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่บริบทของเทศบาล อย่างไรก็ตามการศึกษพบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งต่างไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการใช้รถประชาสัมพันธ์มากนัก

1.2 การปิดประกาศ ป้ายโฆษณาและใบปลิวของผู้สมัคร จากการศึกษพบว่า มีการติดแผ่นป้ายและแผ่นใบปลิวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งที่พบเห็นโดยทั่วไป คือ ป้ายคัทเอ้าท์ขนาดใหญ่ และแผ่นใบปลิวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แต่มีจำนวนไม่มากนัก ผู้สมัครบางท่านเห็นว่าไม่จำเป็นมากนักที่จะติดป้ายโฆษณา เนื่องจากเป็นพื้นที่เล็กๆที่ทุกคนรู้จักกันดีอยู่แล้ว จึงจะไม่จัดทำป้ายโฆษณามากนัก มีติดโฆษณาเป็นบางพื้นที่เท่านั้น

1.3. การปราศรัยหาเสียง จากการศึกษพบว่า ผู้สมัครและทีมงานของผู้สมัครมีการจัดการปราศรัยหาเสียงในสถานที่สำคัญของหมู่บ้านหรือชุมชน เช่น ศาลาประจำหมู่บ้านหรือชุมชน โรงเรียนวัด เป็นต้น โดยผู้สมัครจะแนะนำตัวพร้อม กับแถลงนโยบายและการแก้ปัญหาที่สำคัญ ๆ แก่ชุมชน ซึ่งมีผู้สมัครบางกลุ่มเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบการปราศรัยหาเสียง เนื่องจากมีความได้เปรียบในด้านการเป็นนักวิชาการมาก่อนมีความสามารถในการพูดในเชิงวิชาการ การให้เหตุให้ผล

เป็นที่น่าเชื่อถือ และสามารถโน้มน้าวขอคะแนนเสียงจากประชาชน แต่หลายกลุ่มพยายามหลีกเลี่ยงการปราศรัย เพราะเกรงว่าอาจทำให้เกิดความขัดแย้งในชุมชนได้

1.4. การออกเดินไปตามบ้านเรือนของประชาชน หรือที่เรียกว่า “การเคาะประตูบ้าน” จากการศึกษาพบว่า เป็นรูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย มากที่สุด โดยเฉพาะในเขตชนบท เนื่องจากประชาชนได้เข้าถึงตัวผู้สมัคร และนำเสนอปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ หรือปัญหาที่เคยร้องเรียนไปแล้วแต่ไม่ได้รับการแก้ไข เพื่อให้ผู้สมัครได้เก็บเป็นข้อมูลในการนำไปเป็นนโยบายแก้ไข หากได้รับการเลือกให้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบล รวมถึงการลงพื้นที่พบปะตามบ้านเรือนของประชาชนยังส่งผลให้ผู้สมัครสามารถนำเสนอหรือชี้แจงนโยบายที่ตนต้องการพัฒนาพื้นที่กับประชาชนได้อย่างละเอียด สามารถตอบข้อซักถามได้ครบถ้วนทุกประเด็น จึงทำให้ประชาชนเข้าใจ เข้าถึงความตั้งใจและเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครมากกว่าวิธีการอื่นๆ

1.5. การรณรงค์หาเสียงโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดีย จากการศึกษาพบว่า การใช้โซเชียลมีเดียในการหาเสียง เช่น Facebook ส่วนใหญ่ใช้เป็นการแนะนำตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง บางกลุ่มทำการ Facebook live ในออกเดินหาเสียง และการปราศรัยในเวทีสาธารณะด้วย การรณรงค์หาเสียงด้วยวิธีนี้มีผลแค่กลุ่มคนบางกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยรุ่นวัยเรียนและกลุ่มวัยกลางที่ทำงานภาคบริการหรือทำงานในภาครัฐเท่านั้น ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญกับวัยกลางคนที่ทำงานในภาคเกษตร เนื่องจากไม่ได้ให้ความสนใจกับโซเชียลมีเดียมากนัก รวมถึงเขตพื้นที่เทศบาลทั้ง 4 แห่ง ยังเป็นพื้นที่กึ่งเมืองกึ่งชนบท วิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ยังอยู่ในภาคการเกษตร การรณรงค์หาเสียงแบบนี้ไม่มีผลต่อการแพ้-ชนะการเลือกตั้ง

ตารางที่ 1 รูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

ลำดับ	รูปแบบการหาเสียง	รายละเอียดโดยสังเขป	ผลกระทบ / ความนิยม
1	รถโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ใช้ในระยะแรก ดิดป้ายพร้อม เสียงนโยบาย รังรอบพื้นที่	ได้รับความสำคัญพอสมควร
2	ป้ายโฆษณาและ ใบปลิว	ป้ายคัทเอ้าท์ ใบปลิว พบทั่วไป แต่จำนวนน้อย	ได้รับความสำคัญพอสมควร ผู้สมัคร มองว่าไม่จำเป็นในพื้นที่เล็ก
3	การปราศรัยหาเสียง	จัดเวทีเล็กตามชุมชน, แนะนำ ตัว-แถลงนโยบาย	บางกลุ่มใช้ได้ผล โดยเฉพาะกลุ่มที่มี ทักษะการพูด

4	การเดินหาเสียง (เคาะประตูบ้าน)	เยี่ยมบ้าน พูดคุยโดยตรง, รับฟังปัญหา	ได้ผลมากที่สุด, โดยเฉพาะในเขตชนบทที่ต้องการเผชิญหน้าพูดคุยกัน
5	โซเชียลมีเดีย	ใช้ Facebook ส่วนตัว / เพจกลุ่ม / Live สด	มีผลจำกัดในกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่

วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

ผลการวิจัยพบว่า การจัดตั้งหัวคะแนนของผู้สมัครนายกเทศมนตรีในจังหวัดเลย มีการใช้โครงสร้างระบบหัวคะแนนที่คล้ายคลึงกัน และสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 รูปแบบหลัก คือ 1) ระบบหัวคะแนนแบบพื้นที่ยุทธศาสตร์ และ 2) ระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือขายตรง โดยแบบแรกมีลักษณะการทำงานเป็นลำดับขั้นจากบนลงล่างคล้ายระบบราชการ โดยใช้หลัก “สามเขตยุทธศาสตร์” แบ่งพื้นที่ออกเป็น เขตเรา เขตกลาง และเขตเขา ตามระดับความใกล้ชิดของฐานเสียง ในระบบนี้ กองอำนวยการ (แกนนำระดับบน) จะกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ ส่งต่อให้แกนนำหลัก (ระดับหมู่บ้าน) เพื่อประสานกับแกนนำรอง (ระดับคุ้ม) และแกนนำล่าง (ระดับครอบครัว) ทำหน้าที่ลงพื้นที่เกาะติดฐานเสียงอย่างใกล้ชิด การทำงานเน้นการประชุม วิเคราะห์ข้อมูลครัวเรือน แยกฐานเสียงตามพื้นที่ และวางแผนช่วงชิงคะแนนเสียงเขตกลาง พร้อมทั้งรักษาฐานเสียงเดิมการจำแนกเขตยุทธศาสตร์ยังช่วยในการประเมินแนวโน้มการเลือกตั้ง โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มฐานเสียงเดิม กลุ่มกลางที่โน้มเอียง และกลุ่มที่ฝึกฝายตรงข้าม เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ลงพื้นที่ของผู้สมัครและหัวคะแนนทุกระดับอย่างเป็นระบบจนถึงวันเลือกตั้ง

ส่วนแบบที่สองคือ รูปแบบระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือแบบขายตรง เป็นการการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งของนายกเทศมนตรีในจังหวัดเลย โดยใช้รูปแบบการประสานงานแบบเครือข่ายญาติและกลุ่มสังคมใกล้ชิดเป็นหลัก มีลักษณะคล้ายระบบขายตรง แบ่งระดับการดำเนินงานออกเป็น 4 ชั้น ได้แก่ *ทีมผู้สมัคร* หรือ ผู้บริหารสูงสุด ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกลยุทธ์เลือกตั้ง *ผู้อำนวยการ* หรือหัวคะแนนระดับหมู่บ้าน ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างทีมผู้บริหารกับหัวหน้าสาย พร้อมสนับสนุนการทำงานของแต่ละกลุ่ม *หัวหน้าสาย* หรือหัวคะแนนระดับกลุ่ม ทำหน้าที่รับผิดชอบครัวเรือนแบบใกล้ชิด โดยมีอัตราส่วน 1 คนดูแล 5 ครัวเรือน และ *หัวหน้าครอบครัว* ทำหน้าที่ดูแลควบคุมการตัดสินใจของสมาชิกในครัวเรือนตนเอง

การอภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า รูปแบบการรณรงค์หาเสียงที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย คือ การลงพื้นที่พบปะประชาชนหรือการ “เคาะประตูบ้าน” เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้โดยตรง เปิดโอกาสให้ผู้สมัครได้แสดงวิสัยทัศน์ ตอบข้อซักถาม และชี้แจงนโยบายของตนได้อย่างละเอียดในระดับครัวเรือน การพบปะดังกล่าวยังเปิดพื้นที่ให้ประชาชนสะท้อนปัญหาและความต้องการในชุมชน เพื่อให้ผู้สมัครนำไปใช้ในการพัฒนานโยบาย หากได้รับเลือกเข้าสู่ตำแหน่ง อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้สมัครกับประชาชน อันส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานศึกษาของพิชญ์ สมพอง (2551) ที่ระบุว่า การลงพื้นที่พบประชาชนและการให้ความช่วยเหลือในรูปแบบต่าง ๆ เป็นกลวิธีสำคัญที่ส่งผลต่อโอกาสในการได้รับเลือกตั้ง เช่นเดียวกับชาญวุฒิ ไชยรักษ์ (2549) ที่ชี้ว่าการใช้เวลาในการคลุกคลีและเข้าใจชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างลึกซึ้ง จะยิ่งเพิ่มระดับความไว้วางใจของประชาชนต่อผู้สมัคร นอกจากนี้ การศึกษาของพรชัย เทพปัญญา (2552) สนับสนุนข้อค้นพบเดียวกันว่า ผู้ที่ได้รับเลือกตั้งมักใช้การพบปะประชาชนโดยตรงเป็นยุทธศาสตร์หลักในการรณรงค์หาเสียง ในทำนองเดียวกัน การศึกษาของศรุดา สมพอง (2550) เกี่ยวกับผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าการลงพื้นที่พบปะประชาชนควบคู่กับการใช้สื่อและการสนับสนุนจากหัวหน้าพรรค ยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง สะท้อนให้เห็นว่าแม้ยุคสมัยและเครื่องมือทางเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไป แต่กลยุทธ์การเข้าถึงประชาชนโดยตรงยังคงเป็นกลไกที่ทรงพลังในการชนะการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า รูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย คือ ระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือแบบชายตรง ระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายที่พบในจังหวัดเลยสะท้อนความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของการเมืองระดับท้องถิ่น ซึ่งเน้นการเชื่อมโยงผ่านเครือข่าย ระบบอุปถัมภ์ และเครือข่ายกลุ่มผลประโยชน์ในชุมชนมากกว่าอำนาจรัฐหรือระบบราชการท้องถิ่น โดยกลยุทธ์ดังกล่าวยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ รักฎา เมธิโกดพงษ์ และวีระ เลิศสมพร (2551) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าครอบครัว วงศ์ญาติ และเครือข่ายส่วนตัวเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญของการเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับงานของ ไชยวุฒิ มนตรีรักษ์ (2551) ที่ยืนยันว่าระบบอุปถัมภ์ยังคงเป็นแกนกลางของความสำเร็จทางการเมืองในพื้นที่ต่างจังหวัด

นอกจากนี้ ยังพบว่าความสามารถในการบริหารจัดการเครือข่ายหัวคะแนนและการเข้าถึงประชาชนอย่างสม่ำเสมอ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้สมัคร สอดคล้องกับ ภาคภูมิ ถุกะเมธ (2552) ที่เน้นว่าความจริงใจ ความอ่อนน้อม และการไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนคือ

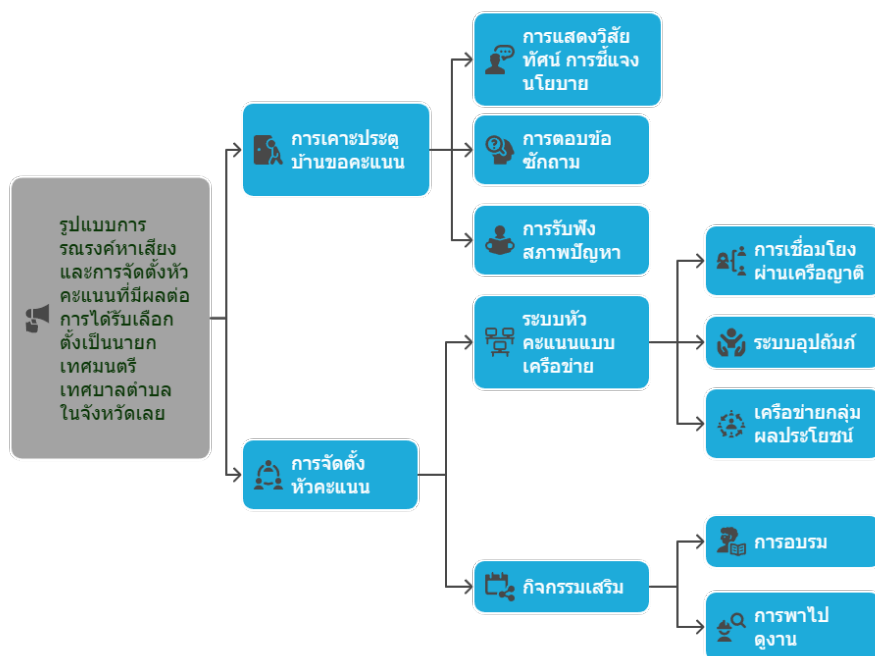
องค์ประกอบสำคัญในการได้รับความไว้วางใจจากประชาชน รวมถึง สุเชาว์ มีหนองหว้า และกิตติรัตน์ สิริหันท (2549) ที่กล่าวถึงการจัดการหวัคະແນວคู่กับระบบอุปถัมภ์และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนเป็นกลไกหลักที่นำไปสู่ชัยชนะทางการเมือง เป็นที่น่าสังเกตคือ การวิจัยครั้งนี้ยังเผยให้เห็นว่าระบบหวัคະແນວแบบเครือข่ายในจังหวัดเลย ยังครอบคลุมถึงตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ และแม้แต่พระสงฆ์ในชุมชน ซึ่งสะท้อนบทบาทของกลุ่มทุนทางวัฒนธรรมและศาสนาในการเมืองท้องถิ่น อันสอดคล้องกับ นิรันดร์ กุลพานิช (2549) ที่เปรียบเทียบการจัดตั้งหวัคະແນວว่าเป็น “เครือข่ายขายตรง” ที่เริ่มต้นจากกลุ่มผู้นำในท้องถิ่นและค่อย ๆ ขยายตัวผ่านกิจกรรมเสริม เช่น การอบรม การพาไปดูงาน และการจัดตั้งกองทุนชุมชน

โดยสรุป รูปแบบการจัดตั้งหวัคະແນວในจังหวัดเลยสะท้อน การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้สมัครในบริบทที่เปลี่ยนไป ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายที่ลึกซึ้งในระดับครัวเรือนและชุมชน มากกว่าการพึ่งพาอำนาจดั้งเดิมในพื้นที่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัย คือ รูปแบบการรณรงค์หาเสียงและการจัดตั้งหวัคະແນວที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย ดังนี้

การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย



ภาพที่ 2 องค์ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย

รูปแบบการรณรงค์หาเสียงและรูปแบบการจัดตั้งหวัคະແນວที่มีผลต่อการได้รับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย คือ การออกเดินไปตามบ้านเรือนของประชาชน หรือที่

เรียกว่า “การเคาะประตูบ้านขอคะแนน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในระดับท้องถิ่น และระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือแบบขายตรง ยังช่วยให้การเมืองท้องถิ่นเข้าถึงประชาชนได้อย่างใกล้ชิด

สรุป

การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย ผู้สมัครอาศักรูปแบบการรณรงค์หาเสียง คือ การออกเดินไปตามบ้านเรือนของประชาชน หรือที่เรียกว่า “การเคาะประตูบ้านขอคะแนน และรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนโดยใช้ระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือแบบขายตรง เพื่อให้ตนมีโอกาสได้รับการเลือกตั้งให้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบล ซึ่งองค์ความรู้จากผลการวิจัยในบทความนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งที่สามารถจะนำองค์ความรู้นี้ไปใช้เป็นแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ในการหาเสียงเลือกตั้ง เพื่อเพิ่มโอกาสในการได้รับเลือกเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย รวมถึงสามารถนำไปปรับใช้กับการเลือกตั้งทั่วไปในพื้นที่เดียวกันและพื้นที่อื่นๆได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1.1 ผู้สมัครควรพัฒนาเครือข่ายหัวคะแนนเชิงคุณภาพ ให้ความสำคัญกับความสามารถในการเข้าถึงและโน้มน้าวประชาชน ใช้เกณฑ์ที่ชัดเจนในการคัดเลือกหัวคะแนน เช่น ความน่าเชื่อถือ การมีเครือข่ายภายในชุมชน มีความสามารถในการประสานงาน และจัดอบรมหัวคะแนนให้พัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและความเข้าใจด้านนโยบาย

1.2. หน่วยงานจัดการเลือกตั้งท้องถิ่นควรส่งเสริมให้เกิดการหาเสียงเชิงนโยบายควบคู่กับการควบคุมระบบหัวคะแนน เพื่อหลีกเลี่ยงข้อเสียหรือแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ควรกำหนดแนวทางและเกณฑ์ในการควบคุมการใช้หัวคะแนน เช่น การลงทะเบียนหัวคะแนน การอบรมเรื่องจริยธรรมทางการเมือง และการติดตามพฤติกรรมอย่างใกล้ชิด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ รูปแบบการรณรงค์หาเสียงและรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนที่มีผลต่อการได้รับการเลือกตั้งให้เป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในจังหวัดเลย คือ รูปแบบการรณรงค์หาเสียงแบบการออกเดินไปตามบ้านเรือนของประชาชน หรือที่เรียกว่า “การเคาะประตูบ้านขอคะแนน และรูปแบบการจัดตั้งหัวคะแนนโดยใช้ระบบหัวคะแนนแบบเครือข่ายหรือแบบขายตรง ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบล โดยควรให้ความสำคัญกับรูปแบบการรณรงค์หาเสียงและการจัดตั้งหัวคะแนน สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรทำการศึกษาการจัดระบบหัวคะแนน กระบวนการบริหารจัดการ และผลต่างตอบแทนที่หัวคะแนนจะพึงได้รับจากนักการเมืองท้องถิ่นในเชิงลึก

2.2 ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังพื้นที่ที่มีลักษณะแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ขยายขอบเขตไปยังพื้นที่เมือง หรือเทศบาลเมือง เพื่อเปรียบเทียบว่ารูปแบบการหาเสียงและการจัดตั้งหัวคะแนนในบริบทที่มีประชากรหนาแน่นและความหลากหลายทางสังคมมีความแตกต่างจากพื้นที่ชนบทหรือไม่ ซึ่งจะช่วยให้ได้องค์ความรู้ที่ลึกซึ้งและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา มาสาเร๊ะ. (2519). *การหาเสียงเลือกตั้งนายกเทศมนตรี ตำบล โกตาบารู อำเภอรามัน จังหวัดยะลา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุญช์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
- จรัญ สุภาพ. (2535). *สารานุกรมรัฐศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ไทวันวัฒนาพานิช.
- ชาญณวม ไชยรักษา. (2549). *นักการเมืองถิ่นจังหวัดพิษณุโลก*. สถาบันพระปกเกล้า.
- ชัยวัฒน์ กุลศักดิ์วิมล. (2543). *คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสมาชิกสภาเทศบาลในจังหวัดนครพนมตามทัศนะของข้าราชการครูในโรงเรียนประถมศึกษา ข้าราชการครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา และผู้นำท้องถิ่น* [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม].
- ไชยวุฒิ มนตรีรักษ์. (2551). *นักการเมืองถิ่นจังหวัดเลย*. สถาบันพระปกเกล้า.
- ทวี สุรฤทธิกุล. (2541). *วิศวกรรมกรรมการเลือกตั้งกรอบวินัยสำหรับการเลือกตั้งสมัยใหม่. ใน รวมบทความวิชาการรัฐศาสตร์ เนื่องในโอกาสครบรอบ 20 ปี มสธ. ครบรอบ 16 ปี รัฐศาสตร์. อักษรการพิมพ์*.
- ธเนศวร์ เจริญเมือง. (2542). *เทศบาลในทศวรรษหน้า เลือกตั้งนายกเทศมนตรีโดยตรง*. โรงพิมพ์มิ่งเมือง.
- ธโรธร ตูทองคำ และชัชชัย คงทวี. (2556). *กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา กรณีศึกษา การเลือกตั้งวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ระหว่าง นายนิพนธ์ บุญญามณี และนายอุทิศ ชูช่วย*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2533). *ระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทย. ใน สังคมและวัฒนธรรมไทย (น. 193-217)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิทัศน์ วงศ์วังเพิ่ม, พิทยา สาคร และจันทร์เพ็ญ เจริญทรัพย์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรีของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 18(3), 224-234.
- นิรันดร์ กุลพานันท์. (2549). *นักการเมืองถิ่นจังหวัดบุรีรัมย์*. สถาบันพระปกเกล้า.

- ประทุมมารถ สุจริต. (2558). *ระบบอุปถัมภ์ในการเลือกตั้งท้องถิ่น: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบ่อทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี* [การศึกษาค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
- ปธาน สุวรรณมงคล. (2552). *การเมืองท้องถิ่น: การเมืองของใคร โดยใคร เพื่อใคร*. โครงการวิทยาลัยการเมือง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรชัย เทพปัญญา. (2552). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี*. สถาบันพระปกเกล้า.
- พรพิมล ธรรมสาร. (2561). *บทบาทและพฤติกรรมของหัวหน้าคะแนนในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอยัญบุรี จังหวัดปทุมธานี* [การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- พระครูพิสุทธิธรรมาภรณ์. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการลงสมัครรับเลือกตั้งสมาชิกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้สมัครหน้าใหม่และผู้สมัครที่มีประสบการณ์. *วารสารสิทธิจินดา*, 1(1), 5–8.
- พิชญ์ สมพอง. (2551). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดยโสธร*. สถาบันพระปกเกล้า.
- เพ็ญกมล มานะรัตน์. (2547). *การเมืองเรื่องการเลือกตั้ง: ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกเทศมนตรีของเทศบาลนครเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2547* [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- ภาคภูมิ ถกชะเมธ. (2552). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดตาก*. สถาบันพระปกเกล้า.
- รักฎา เมธิโกคพงษ์ และวีระ เลิศสมพร. (2551). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่*. สถาบันพระปกเกล้า.
- วรลักษณ์ พุ่มพวง และสมเกียรติ วันทะนะ. (2556). บทบาทหัวหน้าคะแนนกับการเลือกตั้งในจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารสหวิทยาการวิจัย*, 2(2), 146–159.
- วิทยาธร ท่อแก้ว. (2568). แนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ปี 2568. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*, 8(3), 57–71.
- ศรุดา สมพอง. (2550). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดฉะเชิงเทรา*. สถาบันพระปกเกล้า.
- สุเชาว์ นี้นองหว่า และกิตติรัตน์ สืบพันธ์. (2549). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี*. สถาบันพระปกเกล้า.
- สุพรรณ ภัทรมะวารกุล และคณะ. (2565). กระบวนการสื่อสารในการหาเสียงเลือกตั้งของนักการเมืองท้องถิ่น. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 11(6), 178–196.
- สุรพงษ์ โสณะเสถียร. (2545). *แนวความคิดในการหาเสียงเลือกตั้ง*. ประสิทธิภัณฑ์แอนด์พริ้นติ้ง.
- แสวง รัตนมงคลมาศ และพิชาย รัตนดิถ ฌ ภูเก็ต. (2536). “การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: ทฤษฎีและการปฏิบัติ” *เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรผู้จัดการรณรงค์เลือกตั้ง*. สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก).

เอกรินทร์ ต่วนศิริ และสมารถ ทองเพ็ช. (2564). *การศึกษารูปแบบ วิธีการ และผลกระทบการเลือกตั้งภายใต้รัฐธรรมนูญใหม่ กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี*. สถาบันพระปกเกล้า.

Blau, P. M. (1977). *Inequality and heterogeneity: A primitive theory of social structure*. Free Press.

De Sio, L., & Weber, T. (2020). Issue yield, campaign communication, and electoral performance: A six-country comparative analysis. *West European Politics*, 43(3), 720–745.

Newman, B. J., Shah, S., & Collingwood, L. (2018). Race, place, and building a base: Latino population growth and the nascent Trump campaign for president. *Public Opinion Quarterly*, 82(1), 122–134.