

การใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยมของนักการเมือง Using Charitable Organizations to Build Popularity

เฉลิมเกียรติ ทิพย์วรรณงาม¹, ปิยะนุช เงินคล้าย², ดำรงค์ศักดิ์ จันทอทัย³ และ นิพนธ์ โสเฮง⁴

Chalermkiat Tipwanngam¹, Piyanush Ngernklay², Damrongsak Chantothai³ and Nipphon Soheng⁴

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2,3,4}

Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: chalermkiat.t@framelessdesign.com¹

Received: October 18, 2022

Revised: December 14, 2022

Accepted: December 16, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของนักการเมืองในการใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยม 2) ศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล และ 3) เสนอแนะแนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนักการเมืองที่เป็นสมาชิก ผู้บริหารระดับสูง และเจ้าหน้าที่ขององค์กรการกุศล โดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล นักการเมืองกับสโมสรรโลออนส์ในต่างประเทศ และประเทศไทยไม่แตกต่างกันในส่วนของนโยบาย ที่ยังไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการป้องกันไม่ให้สมาชิกใช้สโมสรรเป็นที่สร้างความนิยมทางการเมือง 2) กิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยม คือกิจกรรมการลงพื้นที่ และเป็นตัวแทนของสโมสรร โดยใช้กลยุทธ์การสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 3) แนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม พบว่ามีทั้งหมด 3 แนวทาง คือ 1) การวางระเบียบในการลงพื้นที่ 2) การกำหนดกฎหมายสำหรับการหาเสียงของนักการเมืองที่ทำงานภายใต้องค์กรการกุศลให้ชัดเจน และ 3) การทำกิจกรรมปลูกฝังการต่อต้านการใช้สโมสรรเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความนิยม

คำสำคัญ: บทบาทของนักการเมือง, องค์กรการกุศล, กิจกรรมทางการเมือง

Abstract

This research article aims to 1) study the role of politicians in using charitable organizations to create goodwill, 2) study activities that politicians use to create goodwill from charitable organizations, and 3) suggest ways to regulate political activities in the right direction. Qualitative research uses document research methods and in-depth interviews with member politicians,

senior management, and charitable organizations officials. It analyzes the content and interprets the meaning to summarize the results according to the research objectives.

The research results were as follows: 1) a study of activities used by politicians to build popularity in charitable organizations; Politicians with Lions clubs abroad and in Thailand are not different in terms of policies. However, there are no clear guidelines for preventing members from using the club as a place to create popularity in politics. 2) Activities used by politicians to create popularity are an area visit activity and representing the club by using a strategy to build a reputation to be known and public relations strategies. 3) Guidelines for controlling political activities in an appropriate direction. It was found that there were three approaches: (1) Establishing regulations for field visits and (2) Establishing a clear law for politicians working within charities. (3) Cultivate against the use of clubs as a tool for building popularity.

Keywords: Role of Politicians, Charities, Political Activities

บทนำ

การมองบทบาทหน้าที่ของนักการเมืองเป็นการพิจารณาถึงกิจกรรมที่ดำเนินการภายใต้การทำงานในภาพของพรรคการเมือง บทบาทหน้าที่ดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่นักการเมืองที่อยู่ภายใต้พรรคการเมืองกระทำไปตามเป้าหมายทางการเมืองของตน แต่ในเวลาเดียวกัน ก็ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ต่อสังคมตามมาด้วย ถึงแม้ว่าผลดีที่ตามมานั้น อาจจะไม่ใช่วัตถุประสงค์เบื้องต้นในการทำกิจกรรมของพรรคการเมืองก็ตาม บทบาทและหน้าที่ ซึ่งพรรคการเมืองกระทำ มีอยู่มากมาย แต่ที่สำคัญ ได้แก่ การจัดตั้งรัฐบาลขึ้น ทำหน้าที่บริหารประเทศ การทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างสังคมกับรัฐ การสรรหาผู้นำและบุคลากร ทางการเมือง และการนำเสนอประเด็นปัญหา และแนวทางแก้ไขให้แก่สังคม โดยทั่วไป บทบาทหน้าที่เหล่านี้ของพรรคการเมือง เป็นผลมาจากการแสดงบทบาททางการเมือง ในรูปของการเสนอตัวบุคคลลงสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งต่าง ๆ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และการทำหน้าที่ของพรรคการเมือง ในฐานะที่เป็นรัฐบาลหรือฝ่ายค้าน (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2562)

การที่บุคคลหนึ่งต้องการที่จะเข้าไปเป็นตัวแทนของประชาชน หรือนักการเมืองสิ่งที่ต้องทำให้เป็นไปตามที่ประชาชนต้องการคือแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเป็นที่พึ่งให้กับประชาชน ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่นักการเมืองต้องการแสดงให้ประชาชนเห็นว่าตนนั้นเป็นไปตามกรอบแห่งธรรมหรือกรอบแห่งกฎระเบียบที่สังคมกำหนด มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่น่าเชื่อถือสามารถเป็นต้นแบบแห่งพฤติกรรมทางสังคมได้เพราะถือได้ว่าตัวแทนหรือนักการเมืองเหล่านั้นย่อมเป็นเคารพ ยกย่องของหมู่ประชาชนทั้งหลาย ซึ่งภาพลักษณ์ของนักการเมืองมิใช่มีแค่งบประมาณหรือเงินเพื่อลงรับสมัครเลือกตั้งเท่านั้น การมีคุณสมบัติอื่น ๆ เช่น ความเข้าใจ เข้าถึง และการพัฒนาชุมชนจึงเป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้ได้รับเลือกเป็นนักการเมือง ซึ่งเส้นทางการสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองคือ สร้างภาพลักษณ์ให้กับนักการเมืองอย่างไรในยุคปัจจุบันอาจจะมีเส้นทางเหล่านี้ 1) การรักษาความพูดหรือมี

สัจจะต่อประชาชนอย่างแรงกล้า 2) การเข้าถึงและตื่นรนเพื่อถ่ายมอบความสุขให้กับประชาชนที่เดือดร้อน 3) เปิดใจรับฟังเสียงแห่งความคาดหวัง 4) พัฒนาตนเองอย่างสร้างสรรค์ และ 5) แสดงความรับผิดชอบ (พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปญโญ, 2564)

การสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองนั้น ย่อมมีอิทธิพลต่อคะแนนเสียงที่สนับสนุน เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ว่าภาพลักษณ์นั้นเหมาะสมต่อการได้รับเลือกหรือไม่ ซึ่งเป้าหมายของนักการเมืองที่สร้างภาพลักษณ์ มีเป้าหมายสำคัญอยู่ 7 ประการ คือ (Gregory & Wiechmann, 1991 อ้างถึงใน อริสา เหล่าวิเชียร, 2556)

1. เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับให้กับประชาชน รวมทั้งตำแหน่งทางการเมืองและการเมือง
2. เพื่อสร้างหรือให้คำนิยามใหม่แก่พรรคหรือนักการเมือง เช่น พรรคการเมืองสำหรับคนจน เป็นต้น
3. เป็นการมุ่งเป้าไปที่กลุ่มเป้าหมายสำหรับสนับสนุนพรรคการเมือง
4. เพื่อให้เกิดอิทธิพลหรือกระแสในการสนับสนุนนักการเมืองและพรรคการเมือง
5. เพื่อสร้างตำแหน่งของนักการเมืองและพรรคการเมือง ตามนโยบายที่วางไว้
6. เพื่อลดความรุนแรงของสถานการณ์ที่กระทบต่อชื่อเสียงของนักการเมืองและพรรคการเมือง หากมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว

7. เพื่อจูงใจให้สมาชิกพรรคคงอยู่ในพรรคการเมือง

ทั้งนี้ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสโมสรต่าง ๆ สามารถสร้างภาพลักษณ์รวมถึงการประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายผ่านการเป็นสปอนเซอร์ หรือการลงชื่อผู้สนับสนุนจะเห็นได้จากการเมืองภายหลังการรัฐประหาร พ.ศ. 2549 ที่นักการเมืองถูกตัดสิทธิ์ทางการเมือง จึงมีความจำเป็นต้องสร้างฐานทางสังคมขึ้นผ่านการบริหารสโมสรต่าง ๆ ตัวอย่างที่สามารถเห็นได้ชัดเจน คือ การเป็นผู้บริหารสโมสรต่าง ๆ ทั้งส่วนที่เป็นสโมสรที่ช่วยเหลือทางสังคม สโมสรฟุตบอล เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมที่นำมาสู่การพัฒนาเมืองที่นำโดยสโมสรไม่ใช่ภาครัฐ ถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และความนิยมการเมืองแก่ประชาชนในพื้นที่ เช่น สโมสรฟุตบอล เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลกับประธานสโมสรฟุตบอลไทย จึงคล้ายคลึงกับความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและนักการเมือง เป็นต้น (เมน สแตนดาร์ด, 2563)

ตามประกาศกระทรวงการคลัง ว่าด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 531) ลงวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรการกุศลไว้ว่า “มูลนิธิจะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการกุศลสาธารณะในประเทศไทยเท่านั้น และจะต้องไม่มีวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งที่จะให้ประโยชน์เฉพาะแก่บุคคล คณะบุคคล หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งหรือเป็นส่วนใหญ่ การดำเนินงานของมูลนิธิต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์เท่านั้น และไม่มีการดำเนินงานของคณะกรรมการมูลนิธิเพื่อหาประโยชน์ส่วนตัว และไม่มีการใช้ชื่อมูลนิธิเพื่อหาประโยชน์ส่วนตัว” (กรมสรรพากร, 2565) และปัจจุบันมีนิติบุคคลที่ยื่นเป็นองค์กรสาธารณกุศลในประเทศไทย จำนวน 963 แห่ง (กรมสรรพากร, 2561) องค์กรภาคประชาสังคมต่าง ๆ ถูกให้แนวคิดที่จะปฏิเสธความเชื่อมโยงกับภาครัฐ เพราะมักเป็นพื้นที่ให้ความหวังกับประชาชน ประชาสังคมจึงเข้ามาเป็นพลังที่สาม นอกจากนี้ยังมีองค์กรระหว่างประเทศที่เข้ามาสนับสนุน เช่น องค์กรการกุศลต่าง ๆ และแม้ว่าองค์กรการกุศลต่าง ๆ จะเข้ามาช่วยเหลือประโยชน์ของชาวบ้าน แต่ก็ไม่ใช่คนกลุ่มเดียวกัน (ธรรมาพิชิต, 2562) องค์กรการกุศล

เหล่านี้มีสมาชิกหลากหลายอาชีพซึ่งหนึ่งในนั้น คือ นักการเมือง ที่เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันงานต่าง ๆ ในองค์กรการกุศลให้ประสบความสำเร็จ โดยนักการเมืองที่เป็นสมาชิกขององค์กรการกุศลมีทั้งนักการเมืองในระดับประเทศ และนักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นพลังที่สามในการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่องค์กรการกุศล ที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันงานต่าง ๆ ในสมาคมสโมสรไลออนส์ให้ประสบความสำเร็จ โดย นักการเมืองที่เป็นสมาชิกของสมาคมสโมสรไลออนส์มีทั้งนักการเมืองในระดับประเทศ และนักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน เช่น การร่วมมือในการช่วยเหลือประชาชน การอำนวยความสะดวก รวมไปถึงการผลักดันนโยบายต่าง ๆ

“สโมสรไลออนส์สากล” เป็นองค์กร (civil society organization) คือ การรวมตัวกันของประชาชนเป็นกลุ่มหรือองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ ความเชื่อและอุดมคติร่วมกัน มีบทบาทสำคัญในการจัดการเรื่องต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่มีหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจและไม่แสวงหากำไรสโมสรไลออนส์ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2460 (ค.ศ. 1917) โดยมีนายเมลวิน โจนส์ (Melvin Jones: 2422-2504) นักธุรกิจประกันชีวิตชาวอเมริกัน แห่งนครชิคาโก มลรัฐอิลลินอยส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นสมาชิกสโมสรนักธุรกิจแห่งหนึ่งในนครชิคาโก ได้เป็นผู้ริเริ่มชักชวนสโมสรนักธุรกิจอื่น ๆ ในนครชิคาโกและเมืองใกล้เคียงให้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นสมาคมสโมสร โดยมีอุดมการณ์ร่วมกันที่จะทำประโยชน์ให้สังคมให้ความสงเคราะห์ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาสมากกว่าตนโดยไม่หวังผลประโยชน์อื่นใดตอบแทนและไม่เลือกเชื้อชาติศาสนากับไม่เกี่ยวข้องกับลัทธิการเมืองการศาสนาใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้แทนสโมสรต่าง ๆ ได้ประชุมกันที่นครชิคาโก เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2460 ลงมติยอมรับอุดมการณ์ดังกล่าวและยินยอมใช้ชื่อสโมสรว่า “ไลออนส์ (Lions)” ร่วมกันกับให้เรียกชื่อสมาคมดังกล่าวว่า “สมาคมสโมสรไลออนส์” (Lions Club, 2013)

การที่องค์กรการกุศลได้ทำงานเชิงสังคม จึงเป็นช่องทางหนึ่งของนักการเมือง โดยในภาคของสมาชิก นักการเมืองจะมีส่วนเข้ามาช่วยให้องค์กรสาธารณกุศลสามารถขับเคลื่อนการบริหารงาน แต่ในอีกมุมหนึ่ง นักการเมืองยังคงเห็นองค์กรสาธารณกุศลเป็นฐานในการวางฐานเสียงให้กับตนและพรรคการเมือง ผลพวงจากการรัฐประหารเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 โดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) นักการเมืองและพรรคการเมืองทั้งหมด ต้องเว้นวรรคทางการเมือง จนถึงปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นเวลากว่า 4 ปีที่นักการเมืองและพรรคการเมืองต้องเว้นวรรคจากการหาเสียงและการประชาสัมพันธ์พรรคการเมืองของตน ดังนั้น เมื่อมีการเลือกตั้งเกิดขึ้นการจะชนะการเลือกตั้งได้นั้นส่วนหนึ่งจำเป็นจะต้องพึ่งพาอาศัยช่องทางของสมาชิก ผู้นำ และองค์กรสาธารณกุศลเพื่อให้ทีมงานสามารถทำการ สื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการเมือง เพื่อสร้างฐานเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในชุมชน หรือเขตพื้นที่เลือกตั้งนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้ องค์กรสาธารณกุศลจึงเข้ามามีส่วนเป็นปัจจัยสำคัญในการวางฐานเสียงให้กับนักการเมือง ซึ่งเป็นการวางฐานเสียงจากสมาชิกในองค์กรสาธารณกุศล และผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรการกุศลต่าง ๆ ที่มีนักการเมืองเข้าร่วมนั้นเป็นช่องทางที่นิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะนักการเมืองท้องถิ่น โดยใช้วิธีการเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนหลัก และสร้างกิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงตนเองไว้กับกระแสข่าวได้อย่างถูกกฎหมายอีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักการเมืองอีกรูปแบบหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของนักการเมืองในการใช้อำนาจการกุศลในการสร้างความนิยม
2. เพื่อศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอันประกอบไปด้วย (1) ความร่วมมือโดยภาคีที่สาม (2) วัฒนธรรมทางการเมือง (3) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรการกุศลนักการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ และ (4) การจัดองค์การ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความร่วมมือโดยภาคีที่สาม

ตามที่ Almond & Powell (1980) ได้แบ่งกลุ่มผลประโยชน์ออกเป็น 4 รูปแบบ โดยมีการมองทั้งแบบที่ไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจนจนไปถึงรูปแบบที่มีโครงสร้างชัดเจน โดยมีรูปแบบโครงสร้างที่เกิดจากบุคคล ผลประโยชน์หรือความต้องการในรูปแบบเดียวกันรวมกลุ่มเข้าด้วยกัน และปัจจัยที่มีผลต่อการรวมกลุ่มมักเกิดจากความเชื่อ ค่านิยม ภูมิหลัง หรือบุคคลที่ทำอาชีพเดียวกัน และเกิดการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดอิทธิพลการต่อรองและผลักดันนโยบายที่ทางกลุ่มเรียกร้องให้สำเร็จ (सानนท์ ด้านภักดี และคณะ, 2561)

1. กลุ่มผลประโยชน์แบบชั่วคราว (Anomic Interest Groups) เช่น กลุ่มผู้ประท้วง
2. กลุ่มผลประโยชน์แบบไม่เป็นทางการ (Non-Associational Interest Groups) เช่น กลุ่มทางศาสนา เป็นต้น

3. กลุ่มผลประโยชน์แบบสถาบัน (Institutional interest group) มักมีการจัดการบริหารองค์กรที่มีความเป็นมืออาชีพสูง มีระเบียบแบบแผน เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

4. กลุ่มผลประโยชน์แบบสมาคม (Institutional Interest Groups) เช่น สโมสรต่าง ๆ เป็นต้น

กลุ่มผลประโยชน์สามารถแบ่งได้ตามบทบาทหน้าที่ดังนี้ (มะลิ ทิพย์ประจง และนิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต, 2562 ; ประภาส ปิ่นตบแต่ง, 2558)

1. บทบาทของความเป็นตัวแทน (Representation) คือ การเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ซึ่งบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์นี้จะเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างอำนาจการต่อรอง ในเรื่องที่ต้องการได้

2. บทบาทของการขยายช่องทางของการเมือง (Political participation channel) คือ กลุ่มผลประโยชน์มักเห็นถึงความขัดแย้ง ปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาจากกฎหมาย หรือความต้องการของกระแสดังกล่าว

3. บทบาทการสร้างกระบวนการเรียนรู้ (Education) คือ การที่กลุ่มผลประโยชน์เป็นกระบอกเสียงในการให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกทางการเมือง เช่น การไม่ซื้อสิทธิขายเสียง เป็นต้น รวมถึงการทำให้ประชาชนได้รับรู้ประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

4. บทบาทการกำหนดนโยบายสาธารณะ (Policy process) คือ การที่กลุ่มผลประโยชน์ได้สร้างข้อเรียกร้องตามความต้องการของกระแสสังคม และผลักดันไปสู่การกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ รวมทั้งประเมินนโยบาย ซึ่งกลุ่มผลประโยชน์จะทำหน้าที่ประสานงานระหว่างพรรคการเมืองและรัฐบาลในการตัดสินใจนโยบายต่าง ๆ

ความสัมพันธ์ของกลุ่มผลประโยชน์กับพรรคการเมืองไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ก็ยังคงเป็นบทบาทที่ร่วมมือกันในการผลักดันนโยบาย หรือแก้ไขปัญหาาร่วมกัน บางครั้งอาจส่งผลทางลบด้วยเช่นกัน และเมื่อการเมืองเข้าสู่กลุ่มผลประโยชน์แล้ว และมีผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นตัวแทนอาจเกิดคำถามจากผู้ที่ไม่ได้เป็นตัวแทนได้ รวมไปถึงการไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผลประโยชน์ที่มีผู้มีอิทธิพล นักธุรกิจ กับกลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่มีแต่กลุ่มคนระดับแรงงาน การผลักดันอาจเกิดความไม่เท่าเทียมจากฐานทรัพยากร และความร่วมมือ (มะลิทิพย์ประจง และนิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต, 2562)

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น กลุ่มผลประโยชน์นั้นหมายถึงกลุ่มองค์กรที่รวมตัวกันเพื่อมีอิทธิพลต่อนโยบายสาธารณะในระบบการเมือง ซึ่งความต้องการจะมุ่งสู่ทิศทางหรือจุดมุ่งหมายที่มีความเฉพาะเจาะจง ซึ่งขนาดของกลุ่มผลประโยชน์นั้นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวนมากจะได้รับการคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่มีสมาชิกน้อยกว่า ซึ่งองค์การการกุศลนั้นถูกจัดอยู่ในประเภทที่ 4 เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปของสมาคม ซึ่งจะต้องเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์ประเภทที่ 3 คือ กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปของสถาบัน จะมีอิทธิพลและบทบาททางการเมืองมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผลประโยชน์อื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มพรรคการเมือง กองทัพ ข้าราชการ เป็นต้น ลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์ของไทยปัจจุบันมีสองลักษณะ คือ ส่วนกลุ่มผลประโยชน์ที่จัดตั้งด้วยตนเองกับกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นอิสระ

2. วัฒนธรรมทางการเมือง

วัฒนธรรมทางการเมือง เริ่มได้รับความสนใจจากนักวิชาการในช่วงทศวรรษ 1950-1960 และรุ่งเรืองสุดขีดในช่วงทศวรรษที่ 1980 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมกับการเมืองเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น วัฒนธรรมการเลือกตั้ง วิธีการเลือกตั้ง เป็นต้น (พระศิลาศักดิ์ สุขเมธ (บุญทอง) และบุญฤทธิ์ เพ็ชรวิศิษฐ์, 2562) ซึ่งแนวคิดของ Almond & Verba (1965) ที่แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

ประเภทที่หนึ่ง วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ (The Parochial Political Culture) เป็นวัฒนธรรมของคนที่ไม่มีความรู้เรื่องการเมือง รวมถึงคิดว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองเลย วัฒนธรรมทางการเมืองประเภทนี้มักเกิดขึ้นกับกลุ่มคนที่ขาดโอกาสในการรับรู้และเข้าใจถึงระบบการเมือง รวมถึงสังคมตามจารีตประเพณีดั้งเดิมซึ่งปกครองกันแบบง่าย ๆ เช่น ชนเผ่าดั้งเดิม เป็นต้น และยังรวมไปถึงกลุ่มคนที่ได้รับการปลูกฝังว่าเรื่องการเมืองเป็นเรื่องของนักปกครองที่ไม่เกี่ยวข้องกับตน

ประเภทที่สอง วัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้า (The Subject Political Culture) เป็นการเข้าใจต่อระบบการเมืองแบบทั่วไป ไม่ได้สนใจการเมืองตลอดกระบวนการ บุคคลเหล่านี้มักจะเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมายของรัฐ แต่ไม่กล้าแสดงออกไม่กล้าเรียกร้องทางการเมือง ไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยถือว่าการเมืองเป็นเรื่องของผู้มีอำนาจหรือผู้มีบารมี เชื่อฟังและปฏิบัติตามระบบการเมือง วัฒนธรรมการเมืองแบบ

ไพร่ฟ้านี้มีสิทธิพลมาจากสังคมของเกษตรกรรมที่มองว่ารัฐคือผู้ปกครอง และตนคือประชาชนทั่วไปที่มีหน้าที่เชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น

ประเภทที่สาม วัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม (The Participant Political Culture) เป็นวัฒนธรรมทางการเมืองของบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับการเมืองเป็นอย่างดี มีการตื่นตัวทางการเมืองตระหนักรู้ในทางการเมือง มีจิตสำนึกทางการเมืองสูง เห็นคุณค่าและความสำคัญในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบให้ผู้ปกครองใช้อำนาจตามความต้องการของประชาชน ลักษณะวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมจะพบในประเทศอุตสาหกรรมหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Country) และประเทศที่มีความมั่นคงทางการเมือง

ทั้งนี้ เป็นการยากที่จะชี้ชัดลงไปว่าในสังคมหรือเมือง ๆ หนึ่งจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นแบบใดแบบหนึ่งโดยเฉพาะ เนื่องจากความแตกต่างกันของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ส่งผลต่อจิตสำนึกของคน ซึ่งสังคมต่าง ๆ ประชาชนจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองแบบผสม ได้แก่

1. วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมไพร่ฟ้า (Parochial –Subject Political Culture) คือ การที่ประชาชนไม่ยอมรับอำนาจแบบดั้งเดิม เช่น อำนาจของหัวหน้าเผ่า และเริ่มมีแนวคิดที่ดีต่อการเมืองที่มีตัวแทนมาจากประชาชน แต่ยังไม่เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง

2. วัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้าผสมมีส่วนร่วม (Subject –Participant Political Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนให้ความสนใจทางการเมือง และมีจิตสำนึกสูง แต่ประชาชนอีกกลุ่มยังไม่สนใจการเมืองมากนัก วัฒนธรรมทางการเมืองประเภทนี้จะทำให้การเมืองไม่มั่นคง เพราะประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมยังคงมีน้อย

3. วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมมีส่วนร่วม (Parochial –Participant Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนส่วนมากจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ แต่ด้วยผลประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทางเชื้อชาติ ศาสนา ความต้องการผลประโยชน์ส่วนร่วม ทำให้เกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมทางการเมืองเพื่อรักษาผลประโยชน์

จากที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นจะเห็นได้ถึงวัฒนธรรมทางการเมืองทั้ง 3 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ (The Parochial Political Culture) วัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้า (The Subject Political Culture) และวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม (The Participant Political Culture) ซึ่งเมื่อมาอยู่ในสังคมพื้นฐานของประชาชนย่อมแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องของศักยภาพทางการเงิน ความรู้ ความสนใจทางการเมือง ย่อมทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างการเมืองทั้ง 3 ประเภท เป็นวัฒนธรรมทางการเมืองแบบผสมผสาน 3 รูปแบบ คือ รูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมไพร่ฟ้า (Parochial –Subject Political Culture) รูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้าผสมมีส่วนร่วม (Subject –Participant Political Culture) และรูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมมีส่วนร่วม (Parochial –Participant Culture)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การการกุศลนักการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์

องค์การการกุศลเป็นหน่วยงานที่มีกลุ่มบุคคลที่มาร่วมกันดำเนินงาน โดยมีได้แสวงหากำไร แต่เป็นหน่วยงานที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม มีทั้งการช่วยเหลือผ่านการบริจาค การแจกสิ่งของ รวมถึงเป็น

กระบอกเสียงให้กับประชาชนในการเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและภาครัฐในการให้ความช่วยเหลือประชาชนในด้านต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้เข้าร่วมกับองค์กรการกุศลได้แสดงภาพลักษณ์ของการเป็นช่วยเหลือสังคม ผ่านการดำเนินงานขององค์กร

นักการเมืองถือเป็นตัวแทนของประชาชนที่เข้าไปมีบทบาทในการทำงานแทนประชาชน ซึ่งการจะเข้าไปเป็นตัวแทนได้นั้นจะผ่านการเลือกจากประชาชน ทำให้นักการเมืองจำเป็นต้องแสวงหาอำนาจและใช้อำนาจของบุคคล/กลุ่มบุคคลเพื่อผลประโยชน์ (ณัฐพล ใจจริง, 2561) และการได้มาซึ่งคะแนนเสียง

3.1 องค์กรการกุศลและกลุ่มผลประโยชน์

องค์กรการกุศลเป็นหน่วยงานที่มีคนรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือสังคมสอดคล้องกับความต้องการของนักการเมืองที่ต้องการเพิ่มคะแนนเสียงให้กับตนเองในฐานะผู้ช่วยเหลือสังคม ซึ่งประเภทกลุ่มของผลประโยชน์ตามที่ Gabriel Almond และ G.Bingham Powell ได้กล่าวไว้ว่า สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ประเภทที่ 1 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันชั่วคราว ประเภทที่ 2 กลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสมาคม ประเภทที่ 3 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสถาบัน และประเภทที่ 4 เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสมาคม ซึ่งในรูปแบบของกลุ่มผลประโยชน์ที่ 4 นี้ จัดเป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่ได้รับการยอมรับอย่างสูง เพราะนอกจากจะมีบทบาทในการช่วยเหลือแล้ว ยังมีบทบาทเป็นในการเรียกร้องให้กับประชาชน ซึ่งองค์กรการกุศลได้ถูกจัดอยู่ในกลุ่มผลประโยชน์ประเภทนี้

3.2 นักการเมืองกับกลุ่มผลประโยชน์

กลุ่มผลประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการเมืองไทยในปัจจุบันถ้าพิจารณาตามกรอบแนวคิดของการจำแนกประเภทกลุ่มผลประโยชน์ของ Gabriel Almond และ Bingham Powell (ศตพล วรปัญญาตระกูล, 2554) ได้อธิบายถึงวิธีการของกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มอิทธิพล มีทั้งหมด 4 ข้อ คือ

- 1) ความสามารถที่จะระดมสิ่งสนับสนุน เช่น พลังงาน ทรัพยากร สมาชิก กำลังเงินความชำนาญทางการเมือง
- 2) ขึ้นอยู่กับว่าในเวลานั้นปัญหาใดกำลังเด่นเป็นที่สนใจในเวลานั้น ถ้าเป็นปัญหาที่สังคมกำลังให้ความสนใจ กลุ่มผลประโยชน์ก็จะมีบทบาทเด่นขึ้น
- 3) ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของรัฐบาล เช่น ในสหรัฐอเมริกา เป็นต้องแสวงหาอิทธิพลต่อกลุ่มผู้มีอำนาจทางการเมืองหลายกลุ่ม เนื่องจากการ ปกครองแบบรัฐรวม (Federal State) ในขณะที่อังกฤษที่เป็นรัฐเดี่ยว (Unitary State) ซึ่งมีกลุ่มอำนาจที่แคบกว่า แต่เข้าถึงได้ยากกว่าในสหรัฐอเมริกา
- 4) ความเป็นตัวของตัวเองหรือความเป็นอิสระของกลุ่ม ข้อนี้มีส่วนสำคัญในเรื่องประสิทธิผลของกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มอิทธิพล

จะเห็นได้ว่าการรวมตัวกันของกลุ่มสมาคมมีผลต่อนักการเมืองที่อยู่ในกลุ่ม ซึ่งจะช่วยจัดข้อเรียกร้องของประชาชน หากเมื่อมองจากวัฒนธรรมทางการเมืองแล้ว การถือเป็นระบบอุปถัมภ์ (Patronage System) เป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีฐานะทางสังคม เศรษฐกิจไม่เท่ากัน ที่ต่างฝ่ายมีปฏิสัมพันธ์ต่างตอบแทน

4. การจัดองค์การ

การจัดการองค์การ คือการบริหารงานให้สำเร็จได้โดยใช้บุคคล ซึ่งการบริหารนั้นอาจหมายถึงกระบวนการวางแผน การจัดการ การสั่งการ และการควบคุมทรัพยากรโดยมีการกำหนดนโยบายจากผู้บริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์องค์การ (เกษม แก้วสนั่นและเพ็ญศรี ฉิรินัง, 2564) การจัดการองค์การที่เป็นแนวคิดในการสร้างฐานการบริหารที่ได้นำมาปรับใช้กับระบบราชการไทยที่ถือได้ว่าเป็นระบบราชการที่ใหญ่ที่สุด คือ แนวคิดของ Max Weber ได้เสนอแนวคิดการจัดการบริหารองค์การในเชิงอุดมคติ ที่เรียกว่า Bureaucracy ที่เป็นโจทย์ในการบริหารบนฐานของความเป็นเหตุมีผล (อรุณี สันฐิตวณิชย์, 2560) ซึ่งการบริหารประกอบด้วย 2 ส่วน คือ กลไกการบริหาร (Administrative Apparatus) ทำหน้าที่เป็นตัวประสานระหว่างผู้นำและผู้ถูกปกครอง และต้องมีความเหมาะสมกับรูปแบบของอำนาจที่ผู้นำในสังคมนั้นใช้อยู่ และอำนาจ (Power) เป็นอำนาจที่ชอบธรรม (Legitimizing of Power) ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการยอมรับของคนในสังคม ซึ่งแนวคิดของ Max Weber ได้วางระบบราชการในอุดมคติจะประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ 7 ประการ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉန္ฐิสุดา ชัยโฉม และคณะ, 2564) ดังนี้

1. **หลักลำดับชั้น (Heirachy)** หลักการนี้ มีเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรต้องอยู่ภายใต้การควบคุมโดยเชื่อว่า การบริหารที่มีลำดับชั้นจะทำให้ระบบการสั่งการและการควบคุมมีความรัดกุม ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพการบริหารที่เน้นกฎเกณฑ์และขั้นตอนมีความเหมาะสมในช่วงศตวรรษที่ 19-20 แต่เมื่อสถานการณ์โลกเปลี่ยนไปการบริหารตามลำดับชั้นจึงเริ่มมีปัญหา เพราะการทำงานในปัจจุบันต้องการความรวดเร็ว คนต้องการเสรีภาพมากขึ้น

2. **หลักความสำนึกแห่งความรับผิดชอบ (Responsibility)** เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีความสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อภาระการกระทำของตน ความรับผิดชอบหมายถึง การรับผิดชอบและรับผิดชอบต่อภาระการกระทำใด ๆ ที่ตนได้กระทำลงไปและความพร้อมที่จะให้มีการตรวจสอบโดยผู้บังคับบัญชาอยู่ตลอดเวลาด้วย

3. **หลักแห่งความสมเหตุสมผล (Rationality)** ความถูกต้องเหมาะสมของแนวปฏิบัติที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ คือ มีการกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจนในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับเพราะวิธีการทำงานจะแสดงให้เห็นว่าจะทำงานอย่างไร วิธีการใดที่ทำให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

4. **หลักการมุ่งสู่ผลสำเร็จ (achievement orientation)** การปฏิบัติงานใด ๆ ต้องมุ่งสู่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ ผู้ปฏิบัติงานต้องมีหลักการและวิธีการในการตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติได้อย่างถูกต้องโดยยึดถือหลักประสิทธิภาพหรือหลักประหยัด การบริหารจะได้รับประสิทธิผลสูงสุดต่อเมื่อมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะงานสถานที่ ช่วงเวลา สภาพแวดล้อม ในทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเป้าหมายหรือผลสำเร็จที่ต้องการ

5. **หลักการทำให้เกิดความแตกต่างหรือมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization)** การจัดระบบส่วนงานอาจยึดหลักการจัดการองค์การได้หลายรูปแบบ คือ

5.1 การแบ่งส่วนงานตามพื้นที่ เป็นการแบ่งงานโดยการกำหนดพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน และมีการกำหนดภารกิจ บทบาท อำนาจหน้าที่ที่องค์กรต้องบริหารจัดการไว้ด้วย เช่น การแบ่งพื้นที่การบริหารราชการออกเป็น จังหวัด อำเภอ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล

5.2 การแบ่งงานตามหน้าที่ หรือภารกิจที่องค์กรจะต้องปฏิบัติ เช่น การจัดแบ่งงานของกระทรวงต่าง ๆ เช่น กระทรวงกลาโหม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง

5.3 การแบ่งงานตามลูกค้า หรือผู้รับบริการ เช่น การแบ่งโรงพยาบาล ออกเป็น โรงพยาบาลเด็ก โรงพยาบาลหญิง โรงพยาบาลสงฆ์

5.4 การแบ่งงานตามขั้นตอนหรือกระบวนการทำงาน โดยคำนึงว่างานที่จะสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนอะไรบ้าง แล้วกำหนดหน่วยงานมารองรับ

6. ระเบียบวินัย (discipline) ต้องมีการกำหนดระเบียบ วินัย และบทลงโทษ ขึ้นมาเพื่อเป็นกลไกการควบคุมความประพฤติของผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์กร

7. หลักความเป็นวิชาชีพ (Professionalization) ผู้ปฏิบัติงานในองค์การราชการ ถือเป็นอาชีพอย่างหนึ่ง และต้องปฏิบัติงานเต็มเวลา ซึ่งผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนตัวบทกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในภาระหน้าที่ของตนด้วย สาเหตุที่ระบบราชการประสบความสำเร็จ เพราะทำให้ระบบการทำงานเกิดความชัดเจน มีการใช้อำนาจตามสายการบังคับบัญชา คนส่วนใหญ่ยังมีความจำเป็นและต้องการบริการสาธารณะจากรัฐ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉวีรัฐสุตา ชัยโณม และคณะ, 2564).

นอกจากนี้ การที่องค์กรถูกออกแบบขึ้นนั้น จะต้องพิจารณาในเรื่องสายงานความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้น ๆ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการทำให้การจัดองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล Gannon Martin ได้กล่าวถึงการจัดการองค์กรใน 4 มิติ ดังนี้ (Gannon, Martin J, 1977 อ้างถึงใน เกษม แก้วสนั่นและเพ็ญศรี ฉิรินัง, 2564)

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (documentary research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (structured interview) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อคำถามในการสัมภาษณ์ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องได้ทำการพิจารณาขอบเขตเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการ และเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารและผู้ประสานงานของสโมสรไลออนส์ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่นครชิคาโกมลรัฐอิลลินอยส์ สหรัฐอเมริกา จำนวน 3 คน สมาชิกในองค์กรการกุศล (สโมสรไลออนส์) Howard-suamico lions club เมืองกรีนเบย์มลรัฐ วิสคอนซิน ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 คน ผู้บริหารและผู้ประสานงานขององค์กรการกุศลของสโมสรไลออนส์ ในประเทศไทย จำนวน 7 คน สมาชิกในองค์กรการกุศลของสโมสรไลออนส์ในประเทศไทย จำนวน 8 คน และนักการเมืองที่เป็นสมาชิกในองค์กรการกุศล ของสโมสรไลออนส์ ในประเทศไทย จำนวน

8 คน พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยทำการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกเป็นระบบโดยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ผลการวิจัย

1. บทบาทของนักการเมืองในการใช้อำนาจการกุศลสร้างความนิยม

จากการศึกษาบทบาทของนักการเมืองกับองค์กรการกุศลเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างต่างประเทศ และในประเทศไทย พบว่า ในต่างประเทศมีการสนับสนุนให้นักการเมืองเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสโมสร รวมไปถึงการมีตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือการเปิดงานต่าง ๆ สำหรับการหาเสียง นักการเมืองสามารถใช้วิธีการใดก็ได้ในการแสดงออกทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทางสโมสรไม่มีแนวปฏิบัติที่เคร่งครัดในการป้องกันการใช้สโมสรเป็นที่หาเสียงของนักการเมือง สำหรับในประเทศไทยถือได้ว่า บทบาทของนักการเมืองกับองค์กรการกุศลไม่แตกต่างกันกับต่างประเทศมากนัก เนื่องจากนักการเมืองถือได้ว่าเป็นภาคีที่สามในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการหาสถานที่เพื่อการดำเนินกิจกรรม การช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรม รวมไปถึงการแจ้งประชาชน กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการช่วยเหลือขององค์กรการกุศล รวมไปถึงวัฒนธรรมทางการเมือง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเมือง การมีส่วนร่วมซึ่งวัฒนธรรมทางการเมืองถือเป็นการสร้างความคิด ความเชื่อ ให้กับประชาชน โดยมีบทบาทของความเป็นตัวแทน (Representation) คือการเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ซึ่งบทบาทของนักการเมืองจะเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างอำนาจการต่อรอง ในเรื่องที่ต้องการได้ โดยการสร้างพื้นที่ส่วนร่วมที่เชื่อมต่อกันระหว่างประชาชนและภาครัฐ ซึ่งระบบการเป็นตัวแทนนี้ถือเป็นสมดุของการเมืองเพื่อที่จะช่วยในการต่อรองเจรจาตามความต้องการของประชาชน หรือกลุ่มผลประโยชน์

การเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรการกุศลที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ รวมไปถึงกระบวนการบริหารจัดการที่คล้ายการจำลองสนามเลือกตั้ง การทำงานทางการเมือง เช่น การเลือกตั้งเป็นตัวแทนเขต การเป็นผู้ว่าราชการภาค การเป็นรองผู้ว่าราชการภาค ย่อมต้องมีการหาเสียงเลือกตั้ง โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น เข้าพบปะกับนายกสโมสรและสมาชิก การแจกแผ่นพับนโยบายหาเสียง และการประกาศตัวในกิจกรรมต่าง ๆ และการทำงานในฐานะของผู้ที่ได้รับการเลือกตั้ง การวางตำแหน่งของคณะกรรมการในตำแหน่งต่าง ๆ ทั้งกรรมการบริหาร กรรมการที่ดูแลงบประมาณ กรรมการที่ดูแลกลยุทธ์การบริหารจัดการต่าง ๆ ภายในองค์กร จะเห็นได้ว่าองค์กรการกุศลที่มีขนาดใหญ่ มีเครือข่ายทั่วโลกอย่างสโมสรไลออนส์ มีการวางผังโครงสร้างอย่างเป็นระบบ และอาจพูดได้ว่าเป็นการจำลองการเมือง ให้ได้เรียนรู้ถึงวิธีการหาเสียง การวางกลยุทธ์ในการหาเสียง รวมไปถึงการวางแผนนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการไว้วางใจจากสมาชิกในการเลือกตั้งเข้าสู่การเป็นผู้นำองค์กรได้ (ไชยา พรหมา, สัมภาษณ์ 22 สิงหาคม 2564)

แต่ถ้าองค์กรการกุศลมีแนวทางป้องกันมิให้นักการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์ใด ๆ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ได้ และสามารถควบคุมแยกกิจกรรมทางการเมืองกับกิจกรรมการกุศลได้อย่างชัดเจน เมื่อนั้นก็จะ

สามารถเป็นกระบอกเสียงในการให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกทางการเมืองที่ดี โดยปราศจากการแอบแฝงด้วยระบบอุปถัมภ์ เช่น การไม่ซื้อสิทธิ์ขายเสียง หรือการตอบแทนบุญคุณได้เช่นกัน (สันทพจน์ สุขศรีเมือง, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2564)

2. กิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล

จากการศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศลพบว่า นักการเมืองเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสโมสร รวมไปถึงการมีตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือการเปิดงานต่าง ๆ สำหรับการหาเสียง นักการเมืองสามารถใช้วิธีการใดก็ได้ในการแสดงออกทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทางสโมสรไม่มีแนวปฏิบัติที่เคร่งครัดในการป้องกันการใช้สโมสรเป็นที่หาเสียงของนักการเมือง กิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล พบว่า กิจกรรมที่นักการเมืองใช้ในการสร้างความนิยมเกิดขึ้นใน 2 ส่วน คือ

1. กิจกรรมเพื่อสังคม ที่เป็นภารกิจหลักขององค์กรการกุศลที่บริการชุมชนโดยนักการเมืองเน้นการให้เงินทุนและแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ใน 4 เรื่องหลัก คือ การพิทักษ์สายตา ด้านเยาวชน การบรรเทาทุกข์จากภัยพิบัติ และการสนองความต้องการของมนุษยชาติ

2. กิจกรรมร่วมกลุ่มของสมาชิก ได้แก่ การประชุมสามัญประจำเดือน (Regular Meeting) การประชุมคณะกรรมการบริหารสโมสร (Board Meeting) การประชุมพิเศษ (Special Meeting) การประชุมใหญ่ประจำปีของสโมสร กิจกรรมวันโลออนส์สากลบริการ(วันโลออนส์เดย์) การฉลองวันครบรอบการรับบัตรชาร์เตอร์ของสโมสร และการประชุมใหญ่ประจำปีโลออนส์สากล

สำหรับกลยุทธ์ของนักการเมืองที่ใช้ในการสร้างความนิยม พบว่า นักการเมืองใช้กลยุทธ์การสร้างความรู้จักให้ตนเอง และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผ่านทางกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางองค์กรการกุศลได้จัดขึ้น โดยมีบทบาทของความเป็นตัวแทนคือการเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ซึ่งบทบาทของนักการเมืองจะเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างอำนาจการต่อรอง โดยได้รับประโยชน์ในการเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรการกุศลที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศทำให้ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงในการใช้วิธีต่าง ๆ โดยสามารถสร้างพื้นที่ในการเข้ามาทำกิจกรรมร่วมกับประชาชนเพื่อสร้างความนิยมผ่านองค์กรการกุศลรวมถึงการประกาศตัวในกิจกรรมงานต่าง ๆ ในฐานะของนักการเมืองในนามสมาชิก หรือผู้นำองค์กรการกุศล (วิทยา แก้วภราดัย, สัมภาษณ์ 27 กันยายน 2564)

โดยจะเห็นได้ว่าองค์กรการกุศลที่มีขนาดใหญ่ ที่มีเครือข่ายทั่วโลกอย่างสโมสรโลออนส์ มีการวางแผนโครงสร้างอย่างเป็นระบบ ซึ่งพูดได้ว่าเป็นการจำลองการเมือง ให้ได้เรียนรู้ถึงวิธีการหาเสียง การวางแผนกลยุทธ์ในการหาเสียง รวมไปถึงการวางแผนงานนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการไว้วางใจจากสมาชิกในการเลือกตั้งเข้าสู่การเป็นผู้นำองค์กรได้ในอนาคต (ไชยา พรหมา, สัมภาษณ์ 22 สิงหาคม 2564)

3. แนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสมกับองค์กรการกุศล

จากบทบาทของนักการเมืองในการใช้อำนาจการกุศลในการสร้างความนิยม จะเห็นได้ว่าสโมสรเป็นจุดเริ่มต้นของผู้ที่มีความประสงค์ที่จะเล่นการเมือง แต่ต้องการหาฐานการสนับสนุน หรือองค์กรที่จะสร้างให้ตนเองกลายเป็นที่รู้จักของสังคม ด้วยสโมสรมีแนวทางการทำกิจกรรมที่ชัดเจน การบริหารสโมสร การจัดประชุมต่าง ๆ

ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นฐานในการทำงานในภาคของการเมือง นอกจากนี้ สำหรับผู้ที่ป็นนักการเมืองอยู่แล้วยังคงสามารถแยกแยะตำแหน่งของตน และตำแหน่งภายในสโมสได้อย่างชัดเจน (สุรภา ประยงค์ระวิกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2564)

การที่นักการเมืองเข้าสู่องค์กรการกุศลไม่ว่าจะเป็นเพราะความต้องการเพื่อสร้างความนิยม หรือเป็นเพราะความต้องการช่วยเหลือประชาชน ยังคงถือเป็นข้อดีที่ได้ช่วยเหลือประชาชน เพราะนักการเมืองถือได้ว่าเป็นผู้ช่วยสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ให้สามารถลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งนี้ หากนักการเมืองมีความต้องการใช้องค์กรการกุศลเป็นฐานการสนับสนุนตนเอง แต่เนื่องด้วยสมาชิกของสโมสรไลออนส์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ทำให้เกิดการป้องกันบางส่วน ทำให้สโมสยังคงยืนหยัดในวัตถุประสงค์การดำเนินงานอยู่ได้ และแม้ว่านักการเมืองจะมีการใช้กิจกรรมของสโมสเป็นฐานในการหาเสียงในรูปแบบของการแฝงการประชาสัมพันธ์ แต่ทั้งนี้ ก็ยังคงอยู่ในขอบเขตที่สมาชิกสามารถจัดการได้

ตามที่ Almond & Powell ได้กล่าวถึงกลุ่มผลประโยชน์ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันชั่วคราว โดยที่ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน

ประเภทที่ 2 กลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสมาคม กลุ่มผลประโยชน์นี้เกิดขึ้นจากการมีปัญหาร่วมกัน

ประเภทที่ 3 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสถาบัน

ประเภทที่ 4 เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสมาคม

ซึ่งกิจกรรมการรวมกลุ่มที่อยู่ในรูปแบบของสมาคม หรืออาจเรียกได้ว่าสโมส ถูกจัดอยู่ในประเภทที่ 4 คือ การรวมกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกัน ในรูปแบบของสมาคมโดยมุ่งผลประโยชน์ในการช่วยเหลือประชาชนเป็นหลัก ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าเมื่อเกิดกิจกรรมร่วมกันสิ่งที่ตามมาคือ นักการเมืองสามารถสื่อสารถึงประชาชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ในการให้ความช่วยเหลือประชาชน องค์กรสาธารณะ (Public Organization) เป็นองค์กรที่ส่งเสริมผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ หรืออาจเรียกว่าสโมสถูกจัดเป็นกลุ่มที่มีใช้ภาครัฐ (นันทนา นันทวรภาส, 2558 อ้างถึงในชินนิตร์ ม้าทอง, 2560) เป็นผู้สื่อสารออกไป ซึ่งสโมสเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ย่อมส่งต่อถึงภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ดี สิ่งเหล่านี้เองที่เป็นจุดสร้างให้นักการเมืองสามารถสื่อสารถึงประชาชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางสโมสได้จัดทำขึ้น

อภิปรายผล

1. บทบาทของนักการเมืองในการใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยม

จากการศึกษาบทบาทของนักการเมืองกับองค์กรการกุศลเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างต่างประเทศและในประเทศไทย พบว่า บทบาทของนักการเมืองกับองค์กร การกุศลมีรูปแบบการเข้ามามีส่วนรวมในกิจกรรมเหมือนกับประเทศไทย กล่าวคือ นักการเมืองคือภาคที่สามที่ให้การช่วยเหลือกิจกรรมของสโมสเป็นไปอย่างราบรื่น รวมไปถึงบทบาทของการเป็นกลไกในการสร้างอำนาจการต่อรองกับภาครัฐ เรื่องที่ต้องการให้นำไปสู่การปฏิบัติได้ ทำให้นักการเมืองสามารถแสดงออกทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ และสโมสก็ไม่มีแนวปฏิบัติที่เคร่งครัดในการป้องกันการใช้สโมสเป็นที่สร้างความนิยมของนักการเมือง เพราะถือได้ว่าเป็นภาคที่สามในการมี

ส่วนช่วยในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการหาสถานที่เพื่อกำหนดกิจกรรม การช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรม ในฐานะของความเป็นตัวแทน (Representation) คือ การเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ โดยการสร้างพื้นที่ส่วนร่วมที่เชื่อมต่อระหว่างประชาชนและภาครัฐ ซึ่งระบบการเป็นตัวแทนนี้ถือเป็นสมมติฐานของการเมืองเพื่อที่จะช่วยในการต่อรองเจรจาตามความต้องการของประชาชน หรือกลุ่มผลประโยชน์ สอดคล้องกับ ดำรงค์ศักดิ์ จันทิพย์ (2563) ในเชิงการทำงานในลักษณะเครือข่าย (Networking) หรือในเชิงพันธมิตร ในแง่นี้องค์การภาคประชาสังคมในความหมายที่กว้างเป็นความร่วมมือของพหุภาคี (Pluralism) ซึ่งกลุ่มผลประโยชน์ตามทฤษฎีของ Almond & Powell (1980) ประเภทกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปของสมาคม กลุ่มผลประโยชน์ประเภทนี้โดยทั่วไปจะได้รับการยอมรับอย่างสูง (จุฬพล หนีพานิช, 2552) และขนาดของกลุ่ม โดยกลุ่มมีจำนวนสมาชิกมากจะมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในการสร้างอิทธิพลมากกว่ากลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกน้อย (จักษ์ พันธุ์ชูเพชร, 2548) รุ่งเกียรติ เอื้อยสุขสันต์ (2550) ได้กล่าวถึง รูปแบบการสร้างฐานคะแนนเสียงของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมี 2 รูปแบบ คือ 1) การสร้างฐานคะแนนเสียงโดยอาศัยความเป็นพรรคการเมือง 2) การสร้างฐานคะแนนเสียงโดยอาศัยตัวบุคคล ประกอบไปด้วยคุณสมบัติและบุคลิกภาพส่วนตัว ความใกล้ชิด การเข้าถึงประชาชนรวมถึงการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านต่าง ๆ

2. ผลการศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล

กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นกิจกรรมที่นักการเมืองที่ไม่เป็นสมาชิก และที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมเพื่อส่งเสริมความเป็นที่นิยม เพราะกิจกรรมเป็นรูปแบบการพบปะประชาชน และการมอบสิ่งของให้ความช่วยเหลือสำหรับกิจกรรมการรวมกลุ่มของสมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นนักการเมืองที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรม หรือผู้ที่ต้องการเป็นนักการเมืองในอนาคตเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสร้างฐานเสียงให้ผู้ที่อยู่ในสมาคมได้รู้จักตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล ใจจริง (2561) นักการเมืองถือเป็นตัวแทนของประชาชนที่เข้าไปมีบทบาทในการทำงานแทนประชาชน ซึ่งการจะเข้าไปเป็นตัวแทนได้นั้นจะผ่านการเลือกจากประชาชน ซึ่งวัลลภ รัฐนัตรานนท์ และนพพล อัครชาติ (2558) ได้กล่าวถึง กลวิธีการหาเสียงในการเลือกตั้งของนักการเมืองมีหลายรูปแบบ ได้แก่ การปราศรัย การใช้รถยนต์ติดเครื่องขยายเสียง ประชาสัมพันธ์ การให้เงินซื้อเสียง การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และ สอดคล้องกับจุฬพล หนีพานิช (2552) ทำให้นักการเมืองจำเป็นต้องแสวงหาอำนาจและใช้อำนาจของบุคคล/กลุ่มบุคคลเพื่อผลประโยชน์ องค์กรการกุศลเป็นหน่วยงานที่มีคนร่วมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือสังคม สอดคล้องกับความต้องการของนักการเมืองที่ต้องการเพิ่มคะแนนเสียงให้กับตนเองในฐานะผู้ช่วยเหลือสังคม และสอดคล้องกับทฤษฎีของกลุ่มผลประโยชน์ตามทฤษฎีของ Almond & Powell (1980)

3. ข้อเสนอแนะแนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม

ในการกำหนดแนวทางจากผลการดำเนินการวิจัยได้วางแนวทางไว้ 3 แนวทางคือ 1) การวางนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ โดยวิธีการจัดประชุมเพื่อให้เป็นนโยบายกลางในการกำกับดูแล เพื่อให้นักการเมืองนำองค์กรการกุศลใช้เป็นฐานเสียง 2) การวางระเบียบในการลงพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางให้กับสโมสรในการลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด และ 3) การทำกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสโมสร และสมาชิกในสโมสร จะเห็นได้ว่าข้อเสนอแนะหลักของการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองเกิดขึ้นจากการ

กำหนดการจัดการองค์กรของทางสโมสร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Max Weber ได้วางระบบราชการในอุดมคติจะประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ 7 ประการ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉวีรัฐสุดา ชัยโณม และคณะ, 2564) 1) หลักลำดับชั้น (Heirachy) หลักการนี้ มีเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรต้องอยู่ภายใต้การควบคุม โดยเชื่อว่าการบริหารที่มีลำดับชั้นจะทำให้ระบบการสั่งการและการควบคุมมีความรัดกุม ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพการบริหารที่เน้นกฎเกณฑ์และขั้นตอนมีความเหมาะสม 2) หลักความสำนึกแห่งความรับผิดชอบ (Responsibility) เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีความสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อการทำงานของตน 3) หลักแห่งความสมเหตุสมผล (Rationality) การดำเนินงานให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ คือ มีการกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจนในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ 4) หลักการมุ่งสู่ผลสำเร็จ (achievement orientation) โดยยึดถือหลักประสิทธิภาพหรือหลักประหยัด การบริหารจะได้รับประสิทธิผลสูงสุดต่อเมื่อมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะงานสถานที่ช่วงเวลา สภาพแวดล้อม ในทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเป้าหมายหรือผลสำเร็จที่ต้องการ 5) หลักการทำให้เกิดความแตกต่างหรือมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization) มีการแบ่งงาน และจัดแผนงาน หรือจัดส่วนงานขึ้นมา เพราะภารกิจงานขององค์การขนาดใหญ่มีจำนวนมากจึงต้องมีการแบ่งงานที่ต้องทำออกเป็น ส่วน ๆ เช่น จัดส่วนงาน 6) หลักระเบียบวินัย (discipline) ต้องมีการกำหนดระเบียบ วินัย และบทลงโทษ ขึ้นมาเพื่อเป็นกลไกการควบคุมความประพฤติของผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์การ และ 7) หลักความเป็นวิชาชีพ (Professionalization) ผู้ปฏิบัติงานในองค์การราชการ ถือเป็นอาชีพอย่างหนึ่ง และต้องปฏิบัติงานเต็มเวลา ซึ่งผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนตัวบทกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในภาระหน้าที่ของตนด้วย สาเหตุที่ระบบราชการประสบความสำเร็จ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉวีรัฐสุดา ชัยโณม และคณะ, 2564) และยังคงสอดคล้องกับ ดำรงศักดิ์ จันทิพย์ (2563) การสร้างความตระหนักรู้ให้กับสมาชิก และสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อป้องกันการใช้อำนาจการกุศลเป็นที่สร้างความนิยมให้กับนักการเมือง ซึ่งการรวมตัวรวมกลุ่มของประชาสังคมจะบรรลุความสำเร็จในเป้าประสงค์ร่วมกัน และเมื่อเกิดการรวมตัวรวมกลุ่มเป็นองค์กรภาคประชาสังคม ย่อมนำมาซึ่งความหลากหลาย ดังนั้นการเมืองการปกครองในภาคประชาสังคมที่แตกต่างกัน ย่อมมีที่มาที่แตกต่างกันด้วย เหตุนี้ลักษณะขององค์กรภาคประชาสังคมที่ปรากฏอยู่ การที่ผู้คนในสังคม เห็นวิกฤตการณ์ หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกันซึ่งนำไปสู่การก่อจิตสำนึก (Civic Consciousness) ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กรพลเรือน (Civic Group) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในการสร้างข้อบังคับ กำหนดบทลงโทษ ให้เกิดมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ เน้นความเป็นมืออาชีพ ของสมาชิกโดยมีการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งความสำเร็จของวัตถุประสงค์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ การที่สมาชิกมีจิตสำนึกที่ดี ร่วมมือกันต่อต้านผู้ที่ตั้งใจทำผิดกฎขององค์กรการกุศล ร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความเป็นมืออาชีพ รวมถึงการผลักดันคนเหล่านั้นให้หลุดออกจากการเป็นสมาชิก เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำองค์กรการกุศลไปใช้เป็นที่สร้างความนิยมของนักการเมือง

สรุปการวิจัย

ดัชนีนิพนธ์เรื่อง การใช้องค์การการกุศลในการสร้างความนิยมนักการเมือง ในครั้งนี้ทำให้เห็นถึงบทบาทของนักการเมืองที่ใช้องค์การการกุศลสร้างความนิยมจากการเก็บข้อมูลจากในประเทศและต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของนักการเมืองที่มีอิสระที่ใช้เวทีต่าง ๆ ในการหาเสียง หากมองในมุมขององค์การการกุศล เองนักการเมืองถือเป็นภาคีที่สามที่จะช่วยเหลือกิจกรรมขององค์กรให้สำเร็จลุล่วง รวมไปถึงการเป็นคนกลางที่จะช่วยผลักดันความต้องการนโยบายของภาครัฐ โดยกิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์การการกุศล จะถูกแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ 1) กิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรได้จัดทำขึ้น และ 2) การเป็นตัวแทนต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้ว่าเขต หรือผู้บริหารของสโมสร ในส่วนนี้ถือได้ว่าเป็นสถานที่จำลองการเมืองขนาดเล็ก ที่ทำให้ผู้ที่ต้องการเป็นนักการเมืองได้วางฐานเสียงไว้ ซึ่งแนวทางในการควบคุมกิจกรรมภายในสโมสรควรต้องมีการกำกับดูแลผ่านการวางระเบียบภายใน การส่งเสริมให้สมาชิกได้รับรู้และเกิดการควบคุมภายในของสมาชิก รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ภายในระหว่างสมาชิกเพื่อร่วมกันป้องกันไม่ให้ผู้ที่ต้องการใช้สโมสรเป็นฐานสร้างความนิยม

ข้อเสนอแนะ

1. องค์การการกุศลควรมีการวางนโยบายที่ทำให้เกิดความเป็นกลาง
2. องค์การการกุศลควรกำหนดกฎหมายเพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์จากองค์การการกุศลในช่วงที่มีการเลือกตั้ง
3. องค์การการกุศลควรสร้างให้สมาชิกในองค์การการกุศลมีความเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อร่วมกันปกป้องและไม่ยินยอมในการให้นักการเมืองใช้เพื่อสร้างฐานเสียงของตนเองถือเป็นส่วนสำคัญในการใช้องค์การการกุศลในการสร้างความนิยมนักการเมือง

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2561). รายชื่อมูลนิธิ สมาคม สถานสาธารณกุศล. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561, จาก <http://www.rd.go.th/publish/29157.0.html>
- กรมสรรพากร. (2565). ประกาศกระทรวงการคลัง ว่าด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 531). ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.rd.go.th/46844.html>
- เกษม แก้วสนั่น และเพ็ญศรี ฉิรินัง. (2564). การจัดการองค์กรไปสู่ความสำเร็จ. วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์, 6(4), 88-108.
- จักษ์ พันธุ์เพชร. (2548). รัฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ: บริษัท เคล็ดไทย จำกัด
- จุมพล หนิมพานิช. (2552). กลุ่มผลประโยชน์กับการเมืองไทยแนวเก่า แนวใหม่และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทรัฐดา ชัยโถม, จักรี ศรีจารุเมธิญาณ และชุลีพร นาหัวนิล. (2564). ระบบการบริหารราชการไทย. วารสารพุทธมคค์ ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม, 6(1), 241-247.

- ณัฐพล ใจจริง. (2561). *นักการเมืองท้องถิ่น*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title>
- ดำรงศักดิ์ จันทโพธิ์. (2563). การจัดการสาธารณะเชิงความร่วมมือโดยภาคีที่สาม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(1), 434-452.
- ธร ปิติตล. (2562). *หลากหลายคำถามเรื่องประชาสังคม (1): ปัญหาของแนวคิด*. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.the101.world/arguments-of-civil-society-1/>
- ประภาส ปันตบแต่ง. (2558). กรอบการวิเคราะห์การเมืองแบบกลุ่มผลประโยชน์: พัฒนาการ ข้อถกเถียง และสถานภาพการศึกษาวิจัย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 41(2), 1-18.
- พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปัญญา. (2564). *การสร้างภาพลักษณ์ทางจริยธรรมของนักการเมืองไทยยุคใหม่*. ประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 “วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตศาสน์เชิงสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่” วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ณ วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, หน้า 717 – 727.
- พระศิลาศักดิ์ สุขเมธ (บุญทอง) และบุญฤทธิ์ เพ็ชรวิเศษ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการกล่อมเกลากองการเมืองกับวัฒนธรรมทางการเมือง. *วารสารปัญญาปณิธาน*, 4(1), 33-49.
- มะลิ ทิพย์ประจง และนิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต. (2562). อำนาจผลประโยชน์ทางการเมือง. *วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์*, 2(2), 16-32.
- เมน สแตนดี. (2563). *ทำไม ประธานสโมสร จึงเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของทีมฟุตบอลเมืองไทย?*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.blockdit.com/posts/5e7c4773f6a02a0cabf823cd>
- รุ่งเกียรติ เอี้ยวสุขสันต์. (2550). *การสร้างฐานคะแนนเสียงของพรรคการเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีพรรคประชาธิปัตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัลลภ รัฐนัตรานนท์ และนพพล อัครชาติ. (2558). การศึกษาการเมืองถิ่นและนักการเมือง-ถิ่นจังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 2(1), 23-48.
- ศตพล วรปัญญาตระกูล. (2554). *วัฒนธรรมทางการเมือง: รูปแบบที่เหมาะสมในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างการรวมกลุ่มและบทบาททางการเมืองของสมาชิก-ผู้แทนราษฎร* (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- सानนท์ ด้านภักดี และคณะ. (2561). พรรคการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 7(2), 377-392.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2562). *บทบาทและหน้าที่ของพรรคการเมือง*. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2562, จาก <http://kanchanapisek.or.th/>
- อริสา เหล่าวิชา, (2556). *ภาพลักษณ์นักการเมือง*. *วารสารนักบริหาร*, 33(2), 57-62.
- อรุณี สันติวิทย์. (2560). *ฐานปรัชญาของระบบราชการในอุดมคติ*. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(2), 679-688.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1965). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Boston: Little, Brown and Company.

Almond, G. A., & Powell, G. B. (1980). *Comparative politics today: A world view*. Boston: Little, Brown.

Lions Club. (2013). ประวัติสโมสรไลออนส์. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก <http://lions-goodmantown.org/index.php/category/2-2013-10-12-04-40-42>