

คอลัมน์ “เศรษฐกิจทศวรรษเจ้าพระยา”

นิตยสารผู้จัดการรายเดือน ฉบับเดือนกันยายน 2547

## นักการเมืองในฐานะสินค้า

รังสรรค์ ทัศนะพรพันธุ์

นักการเมืองกลายเป็นสินค้าในตลาดการเมืองไทยนับตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2490 เมื่อกลุ่มพลังอำนาจชาติไทยจำเป็นต้องเล่นเกมเลือกตั้ง และพรรคเสรีมนั่งคศิลาของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ดูนักการเมืองไปใช้งาน

ภายใต้ระบอบอำนาจชาติไทย เมื่อขุนศึกไทยจำเป็นต้องเล่นเกมการเลือกตั้ง การกว้านซื้อนักการเมืองเข้าคอกก่อเกิดเป็นระลอก ดังจะเห็นได้จากกรณีพรรคชาติสังคมและพรรคสหภูมิของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เมื่อต้นทศวรรษ 2500 พรรคสหประชาไทยของกลุ่มถนอม-ประภาส เมื่อต้นทศวรรษ 2510 และพรรคสามัคคีธรรมของคณะ รสช. เมื่อกลางทศวรรษ 2530

การที่นักการเมืองย้ายเข้าคอกของกลุ่มขุนศึกที่ทรงอำนาจทางการเมืองแสดงให้เห็นว่า อำนาจทางการเมืองเป็นแรงดึงดูดนักการเมืองที่ทรงพลัง เพราะอำนาจทางการเมืองเป็นที่มาของทรัพย์สินศฤงคาร

ภายใต้ระบอบประชาธิปไตย นักการเมืองยังคงย้ายเข้าคอกของพรรคการเมืองที่ทรงพลังทางการเมือง พรรคการเมืองขนาดใหญ่ในอดีตล้วนมีประสบการณ์ในการดุดนักการเมือง แต่การดุดนักการเมืองมิได้กระทำอย่างโจ่งแจ้ง เพราะตระหนักดีว่า ประชาสังคมไทยต่อต้านนักการเมืองขายตัว ในยามที่พรรคประชาธิปัตย์ 'ดูด' นักการเมือง พรรคประชาธิปัตย์กระทำด้วยอาการกระมิดกระเมี้ยน ตรงกันข้ามกับพรรคไทยรักไทยที่ 'ดูด' อย่างเปิดเผย แม้จะไม่โปร่งใส เพราะมิได้แจ้งราคาที่ย่ำ

พรรคไทยรักไทยเติบโตใหญ่เป็นอภิมหาพรรค ด้วยวิธีการที่วงการธุรกิจเรียกว่า M&A (Merger and Acquisition) เมื่อพรรคไทยรักไทยตั้งเป้าที่จะมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 400 คน ในการเลือกตั้งปี 2547 พรรคไทยรักไทยกระทำการ 'ดูด' และกว้านซื้อนักการเมืองเข้าคอกขนานใหญ่

เมื่อนักการเมืองในสังกัดพรรคต่างๆย้ายไปสังกัดพรรคไทยรักไทย ผู้นำพรรคต้นสังกัดล้วนไม่พอใจ และมักจะเก็บอาการความไม่พอใจไม่อยู่ เมื่อ ส.ส.ในสังกัดพรรคประชาธิปัตย์ย้ายเข้าพรรคไทยรักไทยจำนวนมาก ผู้นำพรรคประชาธิปัตย์ต่างดาหน้าออกมาถก

ประณามพรรคไทยรักไทยว่าเป็น 'ไอ้ตัวดูด' หลงลืมวีรกรรมของตนเองในอดีตอันรุ่งเรืองที่ 'ดูด' ส.ส. จากพรรคอื่นจนเกือบหมดสิ้น

ผู้นำสังคมและคอรัปชั่นนิสต์จำนวนมาก ประณาม ส.ส. ที่ย้ายพรรคว่าขายตัว แท้ที่จริงแล้ว การย้ายพรรคเป็นพฤติกรรมของสัตว์เศรษฐกิจไม่ต่างจากการตัดสินใจย้ายบริษัทของพนักงาน หรือการตัดสินใจเปลี่ยนอาชีพของผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน การตัดสินใจย้ายงานหรือเปลี่ยนอาชีพจะเกิดขึ้นเมื่องานใหม่หรืออาชีพใหม่ให้ผลตอบแทนดีกว่างานเดิมหรืออาชีพเดิม ผลตอบแทนดังกล่าวนี้ครอบคลุมทั้งผลตอบแทนในรูปตัวเงิน (Pecuniary Returns) และผลตอบแทนที่ไม่มีตัวเงิน (Non-Pecuniary Returns)

ในการทำงานเดียวกับผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ นักการเมืองย่อมต้องการย้ายจากพรรคที่ให้ผลตอบแทนต่ำไปสู่พรรคที่ให้ผลตอบแทนสูง ผลตอบแทนดังกล่าวนี้เมืองค้ประกอบอย่างน้อย 5 ส่วน

ส่วนที่หนึ่ง ได้แก่ ค่าตัวที่ได้รับจากการย้ายพรรค เงินค่าตัวนี้มักจะจ่ายเป็นก้อน มีสภาพเสมือนหนึ่งรายจ่ายสำหรับ Goodwill หรือ 'ทุนยี่ห้อ' (Brand Name Capital) ของนักการเมือง 'ทุนยี่ห้อ' ต้องใช้เวลาสั่งสม นักการเมืองแต่ละคนมี 'ทุนยี่ห้อ' แตกต่างกัน นักการเมืองคนใดสามารถอำนวยความสะดวกให้ประชาชนภักดีต่อ 'ทุนยี่ห้อ' (Brand Loyalty) นักการเมืองคนนั้นย่อมมีโอกาสชนะการเลือกตั้งสูง ค่าตัวของนักการเมืองจะสูงต่ำมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับฐาน 'ทุนยี่ห้อ' และความภักดีของประชาชนในเขตการเลือกตั้ง

ส่วนที่สอง ได้แก่ เงินช่วยเหลือการใช้จ่ายในการรณรงค์ทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายในการเลือกตั้ง เหตุปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้นักการเมืองย้ายพรรค ก็คือ พรรคต้นสังกัดเดิมกระสุนหมด ดังนั้น จึงต้องแสวงหาพรรคการเมืองที่สามารถฝากอนาคตได้

ส่วนที่สาม ได้แก่ เงินช่วยเหลือค่าใช้จ่ายประจำเดือน การจ่าย 'เงินเดือน' ให้ ส.ส. มิได้กระทำกันทุกพรรค โดยทั่วไปมีเฉพาะพรรคที่มีฐานะดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งพรรครัฐบาลที่สามารถดูดซับส่วนเกินทางเศรษฐกิจจากกระบวนการกำหนดและบริหารนโยบายเศรษฐกิจ

ส่วนที่สี่ ได้แก่ ตำแหน่งทางการเมือง นับตั้งแต่รัฐมนตรีไปจนถึงเลขานุการรัฐมนตรี นักการเมืองย่อมหวังตำแหน่งทางการเมือง เพราะนอกจากจะเป็นเกียรติประวัติแก่วงศ์ตระกูลและได้รับเงินประจำตำแหน่งแล้ว หากตำแหน่งนั้นมีอำนาจที่ให้คุณให้โทษได้ ย่อมมีโอกาสดูดซับส่วนเกินทางเศรษฐกิจจากการใช้อำนาจได้

ส่วนที่ห้า ได้แก่ คะแนนนิยมทางการเมืองที่จะได้รับเพิ่มขึ้นจาก Goodwill หรือ ทุนยี่ห้อของพรรคที่ต้องการย้ายเข้า พรรคดังกล่าวอาจประสบความสำเร็จในการผลิตนโยบายสนองความต้องการของประชาชน และสามารถสะสมทุนยี่ห้อจนมั่นคง โดยที่ประชาชนผู้มีสิทธิ

เลือกตั้งมีความภักดีต่อยี่ห้อพรรคเพิ่มขึ้นตามลำดับ การย้ายเข้าพรรคไทยรักไทยขนานใหญ่ในปี 2547 นับเป็นอุทาหรณ์ของความซอสนี้

แต่การย้ายพรรคมิได้มีแต่ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้เท่านั้น ยังมีต้นทุนที่ต้องสูญเสียอีกด้วย ต้นทุนที่ประจักษ์แจ้งก็คือ บรรดาผลตอบแทนที่ได้รับจากพรรคเดิม ย่อมต้องอันตรธานไปเมื่อมีการย้ายพรรค ไม่ว่าจะเป็นผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะไม่สามารถได้ประโยชน์จากฐานเสียงและเครือข่ายทางการเมืองของพรรคเดิมอีกต่อไป ต้นทุนที่สำคัญอีกประเภทหนึ่ง ได้แก่ การต้องทนรับการประณามว่าเป็นนักการเมืองขายตัว หรือไร้อุดมการณ์ การย้ายพรรคเป็น 'อาชญากรรม' ทางการเมืองหรือไม่ เป็นประเด็นที่ถกเถียงกันได้ แต่นักการเมืองที่ย้ายพรรคย่อมทำลายความน่าเชื่อถือของตนเองในสังคมการเมือง เพราะแสดงให้เห็นถึงการขาดความภักดีต่อพรรคและการขาดความสำนึกในการร่วมเป็นร่วมตายกับพวกพ้อง ผู้นำพรรคใหม่ที่เข้าสังกัดก็ต้องระแวงระวังว่า หากพรรคอยู่ในภาวะตกต่ำ คนเหล่านี้เป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะย้ายออกจากพรรคในอนาคต เพราะมีประวัติปรากฏมาแล้วว่า ไม่มีความภักดีต่อพรรค หากแต่ย้ายพรรคตามสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจ และสิ่งจูงใจทางการเมือง

ในขณะที่ต้นทุนที่ต้องแบกรับจากการย้ายพรรคปรากฏอย่างชัดแจ้ง ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้มีสถานะความไม่แน่นอนอย่างสูง ผลตอบแทนที่ได้รับทันที ก็คือ การใช้ยี่ห้อของพรรคใหม่ในการหาเสียง หากพรรคใหม่เป็นพรรคประชานิยม ผู้ย้ายพรรคย่อมได้รับประโยชน์จากกระแสประชานิยมของพรรคด้วย ผลตอบแทนอีกประเภทหนึ่งที่อาจได้รับทันที ก็คือ ค่าตัวในการย้ายพรรค แต่ผลตอบแทนประเภทนี้จะได้รับก็ต่อเมื่อมีการยื่นหมยี่นแมว ส่วนผลตอบแทนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเงินอุดหนุนการใช้จ่ายในการหาเสียง เงินอุดหนุนประจำเดือน และตำแหน่งทางการเมือง เป็นผลตอบแทนที่มีความไม่แน่นอนอย่างสูง พรรคใหม่ที่ย้ายเข้าไปสังกัดอาจรักษาสัญญาบางเรื่อง แต่อาจมิได้ปฏิบัติตามพันธสัญญาเต็มตามข้อตกลง ซึ่งปรากฏเป็นข่าวอยู่เนืองๆ

นักการเมืองที่มีเหตุมีผล ย่อมต้องประเมินประโยชน์และต้นทุนอันเกิดจากการย้ายพรรคดังที่พรรณนาข้างต้นนี้ การย้ายพรรคจะเกิดขึ้น หากผลการประเมินปรากฏว่า ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการย้ายพรรคมีมากกว่าต้นทุนที่ต้องเสียไป ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ที่พรรคที่ต้องการย้ายเข้า 'เบี่ยว' สัญญาด้วย

การซื้อนักการเมืองของพรรคการเมืองไทย แม้ภายหลังจากที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มีผลบังคับใช้ สะท้อนความเป็นจริงที่ว่า ยี่ห้อและนโยบายพรรคการเมืองไม่เพียงพอแก่การยึดเสียงข้างมากในสภาผู้แทนราษฎร จำเป็นต้องอาศัยยี่ห้อและฐานการเมืองของนักการเมืองด้วย

พรรคการเมืองที่ต้องการซื้อนักการเมืองต้องทำแบบฝึกหัด Cost-Benefit Analysis ไม่แตกต่างจากนักการเมืองที่ต้องการย้ายพรรค

พรรคการเมืองย่อมต้องการนักการเมืองที่มีทุนยี่ห้ออันมั่นคง นักการเมืองแต่ละคนย่อมมีทุนยี่ห้อแตกต่างกัน

ทุนยี่ห้อทางการเมืองมีอาจก่อเกิดโดยฉับพลัน หากแต่ต้องมีการสะสมระยะยาว เพราะต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายทางการเมืองในเขตการเลือกตั้ง รวมทั้งการกระชับสายสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ นักการเมืองผู้เป็นที่ต้องการของพรรคการเมืองมักเป็นผู้ที่ประชาชนในเขตการเลือกตั้งมีความภักดีต่อยี่ห้อ นักการเมืองจะประสบความสำเร็จในการสร้างความภักดีของประชาชนในเขตการเลือกตั้งที่มีต่อยี่ห้อของตน ก็ต่อเมื่อพิสูจน์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าว่า สามารถส่งมอบ 'บริการความสุข' แก่ประชาชนในเขตการเลือกตั้งของตน นักการเมืองประเภทนี้ที่อภิมาหาพรรคอย่างไทยรักไทย ต้องการซื้อ เพราะยี่ห้อของพรรค เครดิตของพรรค และนโยบายของพรรค ไม่เพียงพอแก่การเจาะเขตการเลือกตั้งเหล่านี้ได้

พรรคการเมืองจะตัดสินใจซื้อนักการเมืองก็ต่อเมื่อผลการประเมินปรากฏว่า นักการเมืองที่ต้องการซื้อช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางการเมือง (Political Value-Added) ของพรรค และช่วยให้พรรคยึดพื้นที่ในรัฐสภาได้มากขึ้น

ราคานักการเมืองที่พรรคการเมืองต้องจ่ายขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองระหว่างพรรคการเมืองที่ต้องการซื้อ กับนักการเมืองที่ต้องการย้ายพรรค

นักการเมืองที่ไม่มีทุนยี่ห้อหรือมีทุนยี่ห้อน้อย ย่อมหวาดหวั่นต่อกระแสประชานิยมของพรรคไทยรักไทย หากมิได้ยี่ห้อไทยรักไทยช่วยเสริม อาจต้องพ่ายแพ้การเลือกตั้ง นักการเมืองกลุ่มนี้ย่อมต้องตะกายเข้าพรรคไทยรักไทย

นักการเมืองที่ประสบความสำเร็จในการสร้างทุนยี่ห้อ และประชาชนในเขตการเลือกตั้งมีความภักดีต่อยี่ห้อของตนอย่างมั่นคง อาจไม่มีความจำเป็นในการย้ายพรรค นักการเมืองกลุ่มนี้ที่ย้ายเข้าพรรคไทยรักไทยก็ด้วยเหตุผลของสัตว์เศรษฐกิจโดยแท้ เพราะไม่ต้องการเหนื่อยยากในการรณรงค์สู้กับพรรคไทยรักไทย มิหนำซ้ำยังสามารถแปลงทุนยี่ห้อให้เป็นเงินสดในราคาสูงอีกด้วย

กระบวนการแปลงนักการเมืองให้เป็นสินค้า ซึ่งเริ่มต้นในปลายทศวรรษ 2490 บัดนี้มีพลวัตอันสูงยิ่ง