

พฤติกรรมการณ์เลือกตั้ง และทัศนคติเกี่ยวกับการซื้อเสียงของเขตจังหวัดภาคอีสาน: กรณีตัวอย่างจังหวัดมหาสารคาม*

**Voting behavior and attitude toward vote-buying in a
Northeastern area: Case study in Maha Sarakham**

ศุทธิกานต์ มีจัน**

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกตั้งและทัศนคติเกี่ยวกับการซื้อเสียงของประชาชนในเขตจังหวัดมหาสารคามเป็นกรณีศึกษา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและการให้ความสำคัญต่อการซื้อเสียงของประชาชนแตกต่างกันไปจากงานวิจัยหลายฉบับที่ผ่านมา กล่าวคือ ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจุบันสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งของประชาชนนั้น ได้แก่ คุณลักษณะส่วนตัวของผู้สมัครและนโยบายพรรค โดยประชาชนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งด้วยตนเอง มากกว่าอำมสินจ้างหรือได้รับอิทธิพลจากใครเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมีทัศนคติต่อการซื้อเสียงในเชิงลบ นอกจากนี้ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ากฎหมายและองค์กรที่บังคับใช้กฎหมายนั้น ไม่ใช่เงื่อนไขหรือกลไกที่ช่วยลดหรือแก้ปัญหาเรื่องการซื้อเสียงได้

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนจากเงินทุนอุดหนุนและส่งเสริมโครงการวิจัย ประจำปี ๒๕๕๕ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

** อาจารย์ประจำสาขารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Abstract

This article is a study of voting behaviors. In the mainstream discourse, it is suggested that voting values are distinctly different between urban and rural areas. The paper examines the opinions of Maha Sarakham Province residents regarding factors leading to voting behavior and vote buying. The research found that the most important factor determining one's vote is the personal characters of the candidates and parties' policies. The subjects of this study command themselves to vote with no other external interference. They do not conform to vote buying. The study suggested that either strong regulations or organization could combat against vote buying behavior.

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม การย้ายถิ่นฐานของประชากร การขยายตัวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงลักษณะและความคิดของประชาชนให้มีโอกาสหรือทางเลือกในการศึกษามากขึ้น และมีรายได้มากขึ้น ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อการตระหนักรู้ทางการเมือง และพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นเขตที่เคยได้รับการขนานนามว่าเป็นภูมิภาคที่มีการซื้อเสียงมากที่สุดในประเทศนั้น ยังมีพฤติกรรมการเลือกตั้งเป็นแบบเดิม ที่เคยถูกอธิบายว่าประชาชนในต่างจังหวัดไม่ได้ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียง นอกจากนี้มักนิยมเลือกตั้งตามอำิสสินจ้าง การขึ้นนำของผู้มีอิทธิพล โดยไม่สนใจนโยบายพรรคหรือคุณลักษณะส่วนตัวของผู้สมัคร บทความนี้ได้ยกตัวอย่างกรณีของจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นจังหวัด

ที่ตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นกรณีศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการเลือกตั้งและการซื้อเสียง

การนำเสนอของบทความแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน กล่าวคือ **ส่วนแรก**เป็นการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีกระแสหลักของการศึกษาพฤติกรรมการเลือกตั้ง ซึ่งเป็นที่แพร่หลายในหมู่นักรัฐศาสตร์ไทย แนวคิดทฤษฎีเหล่านี้นอกจากจะมีคุณค่าในฐานะแนวคิดหลักที่ใช้อธิบายพฤติกรรมการเลือกตั้งและการซื้อเสียงของไทยแล้ว ยังนิยมถูกนำไปอธิบายถึงความไม่ชอบธรรมของนักการเมืองที่มาจากเขตชนบทเสมอมา **ส่วนที่สอง** เป็นนำเสนอแนวคิดและการศึกษาเรื่องการซื้อเสียงกระแสรอง ซึ่งมองว่า การศึกษาการซื้อเสียงเลือกตั้งที่ผ่านมาวนเวียนอยู่กับการตั้งสมมติฐานเดิมๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและการศึกษาที่ทำให้ประชาชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือขายสิทธิเลือกตั้งให้กับนักการเมืองที่ฉ้อฉลการศึกษาในวงแคบๆ นี้ ได้เบี่ยงเบนความสนใจเรื่องโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความ

ไม่เท่าเทียมและการทุจริตขององค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับกระบวนการเลือกตั้ง แนวคิดทฤษฎีในกระแสเรื่องนี้ชี้ให้เห็นว่าการเลือกตั้งสำหรับผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นโอกาสในการเลือกนโยบาย เป็นการต่อรองระหว่างชุมชนกับส่วนกลางในเรื่องการแลกเปลี่ยนนโยบาย โครงการและทรัพยากร นอกจากนี้ในมิติเชิงอุดมการณ์แล้ว การเลือกตั้งยังทำให้ประชาชนมีความเชื่อในอำนาจของตนที่สามารถกำหนดชะตาชีวิตของตนเองได้มากขึ้น

ในส่วนสุดท้ายเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน ตัวอย่างหนึ่งของ “ภูมิภาคที่เป็นปัญหา” ของไทย (Harald Uhlig, 1995) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นพื้นที่ซึ่งมีปัญหาในเรื่องการซื้อสิทธิขายเสียงและเป็นเป้าหมายสำคัญของนโยบายประชานิยมซึ่งได้นำไปสู่การตั้งคำถามว่าความสำเร็จในการเลือกตั้งของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ผ่านพรรคไทยรักไทยอย่างถล่มทลายนั้น มาจากนโยบายพรรคที่ดึงดูดใจหรืออำนาจของเงินตรากันแน่ (Somchai Phatharathanunth, 2008) ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวได้ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นถึงผลการศึกษาที่แตกต่างจากแนวคิดทฤษฎีกระแสหลัก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งและทัศนคติต่อการซื้อเสียงดังที่จะได้นำเสนอต่อไป

“การซื้อเสียง” ในฐานะการศึกษาเรื่อง การเลือกตั้งกระแสหลัก ในแวดวงวิชาการของไทย

การซื้อเสียง (Vote Buying) เป็นประเด็นการ

ศึกษาการเบี่ยงเบนในพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งที่ได้รับความสนใจในแวดวงการศึกษาทางรัฐศาสตร์ของไทยมานานและถูกมองว่าเป็นปัญหาหลักของการเมืองไทยที่มีอิทธิพลมากกว่ากรณีอื่นๆ เช่น การใช้อิทธิพลบังคับ เป็นต้น ปัจจุบันการศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งของไทยตามแนวคิดทฤษฎีกระแสหลักมุ่งเน้นปัญหาการซื้อเสียง ในฐานะที่เป็นพฤติกรรมฉ้อฉลและผิดกฎหมายระหว่างสองฝ่ายคือ ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่เลือกรับอำมสินจ้างในลักษณะต่างๆ กับผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งที่ต้องการได้คะแนนเสียง แนวคิดทฤษฎีกลุ่มนี้มองว่าการแก้ไขปัญหาการซื้อเสียงทำได้โดยการแก้ไขกฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ตลอดจนการเมืององค์กรที่บริสุทธิ์ ยุติธรรม และเป็นกลางในการควบคุมการเลือกตั้งให้เป็นไปตามกฎหมาย (โปรตดู สุจิต บัญบังการ และพรรคศักดิ์ ผ่องแผ้ว, ๒๕๒๗, ๒๕๒๘ ; วรสิทธิ์ อภิชาติโชติ, ๒๕๓๓ ; คณะกรรมการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียง, ๒๕๓๘ ; ไพฑูรย์ บุญวัฒน์, ๒๕๓๘ และพัชรอดม ลิ้มปิษฐีชัย, ๒๕๔๓ เป็นต้น) ซึ่งแนวคิดเหล่านี้ได้ถูกทำให้เป็นรูปธรรมในการร่างรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่ได้ทำให้เกิดกฎหมายการเลือกตั้ง และคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)

ที่มาของการศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกตั้ง ซึ่งเน้นปัญหาการซื้อเสียงเลือกตั้งเกิดขึ้นในประเทศไทยในช่วงปลายทศวรรษ พ.ศ.๒๕๒๐ – ๒๕๓๐ อันเป็นช่วงเวลา ๒-๓ ทศวรรษ หลังจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยที่ได้ดำเนินการมาแล้วตั้งแต่ต้นทศวรรษ พ.ศ.๒๕๐๐ ตลอดจนมีการผ่อนปรนทางการเมืองภายหลังยุคเผด็จการอำนาจนิยมซึ่งทหารในฐานะตัวแสดงที่มีความสำคัญได้ลดบทบาททางการเมืองในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จุดสังเกตที่น่าสนใจของการศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งในกระแสหลักนี้คือ ได้มีการนำแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมการเมืองเข้ามา

ผสมผสานกับปัจจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ นำระบบอุปถัมภ์ซึ่งเป็นวัฒนธรรมไทย มาอธิบายรวมกับการขยายตัวของระบบทุนนิยม เกิดคำอธิบายว่า การขยายตัวของเศรษฐกิจได้สร้างนายทุนท้องถิ่นขึ้นมาในเขตหัวเมืองที่เป็นผู้ครอบครองเศรษฐกิจส่วนใหญ่ในพื้นที่ ซึ่งมักเป็นคนจีนหรือเป็นพ่อค้าคนกลางที่มีทุนในการซื้อสินค้าเกษตรจากประชาชน นายทุนท้องถิ่นที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้ ประสบความสำเร็จในการเชื่อมต่ออิทธิพลของตนเข้ากับข้าราชการท้องถิ่น นายทุนท้องถิ่นจึงเป็นบุคคลที่คนในท้องถิ่นต้องพึ่งพาขอความช่วยเหลือต่างๆ อยู่เสมอ พวกเขาจึงได้รับการสถาปนาให้เป็นผู้มีอิทธิพล และกลายเป็น “นาย” คือ มีส่วนในการตัดสินใจของประชาชน ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง พวกเขาจึงกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายของนักการเมืองซึ่งต้องการคะแนนเสียง ในเขตหัวเมือง หรือต้องการสนับสนุนนักการเมืองเข้ามาประสานผลประโยชน์ เมื่อเป็นเช่นนั้นนายทุนท้องถิ่นและนักการเมืองจึงมักประสานผลประโยชน์กันนำไปสู่การเกิดศูนย์กลางของทุนนิยมต่างจังหวัดที่มีอิทธิพล ซึ่งได้มีการอธิบายว่า กลุ่มทุนหัวเมืองพวกนี้ได้เชื่อมโยงกับส่วนกลาง หรืออาจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเสียเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนักการเมืองสามารถประสบความสำเร็จในการเป็นรัฐมนตรี พวกเขาจะสามารถกำหนดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรของรัฐไปให้กับพวกพ้องและเครือข่ายได้ รวมทั้งนายทุนท้องถิ่นบางแห่งที่มีอิทธิพลสามารถเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ได้หรืออาจมีการปกป้องธุรกิจผิดกฎหมาย เช่น การลักลอบค้าของเถื่อน การหลีกเลี่ยงภาษี การตัดไม้ การยึดที่ดิน และการพนัน เป็นต้น (สังคีต พิริยะรังสรรค์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร, ๒๕๓๗ ; ผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเกอร์, ๒๕๔๖)

นอกจากนี้ สมบัติ จันทรวงศ์ (๒๕๓๖) พบว่า ผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรซึ่งมีธุรกิจเกี่ยวข้องกับ

อาชีพหลักของคนในจังหวัดมีแนวโน้มจะได้รับการเลือกตั้งมากที่สุด เนื่องจากนักธุรกิจเหล่านั้นมีแนวโน้มจะเป็นผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นหรือเจ้าพ่อ ทำให้สามารถโน้มน้าว กอดัน หรือใช้อิทธิพลในการชักจูงให้ผู้ลงคะแนนเสียงทำการลงคะแนนในลักษณะที่เกิดประโยชน์กับตนได้ โดยการอธิบายในลักษณะดังกล่าว ทำให้ได้ภาพของการเมืองไทยว่า มีตัวแทนซึ่งไม่ได้มาจากความยินยอมพร้อมใจที่แท้จริงของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง แต่มาจากการซื้อเสียงหรือการใช้อิทธิพลในรูปแบบต่างๆ เพื่อจูงใจให้ประชาชนเลือกนักการเมืองคนใดคนหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อที่ว่าคนชนบทในฐานะที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศนั้นไม่มีความรู้เรื่องนโยบายและไม่ได้ใส่ใจต่อการใช้สิทธิเลือกตั้ง เมื่อเป็นเช่นนี้การเลือกตั้งในประเทศไทยจึงเป็นการเลือกตั้งที่ประชาชนไม่ใช่ดุลพินิจเลือกบุคคลที่ถูกเรียกว่าเป็นคนดีหรือพรรคการเมืองที่ดี นอกจากนี้ การซื้อสิทธิ์ขายเสียงยังส่งผลเสียต่อระบอบประชาธิปไตยคือ ทำให้เข้าใจว่าประชาชนไม่สนับสนุนการปกครองแบบประชาธิปไตย อันเป็นแรงจูงใจให้มีการโค่นล้มระบอบประชาธิปไตยและการเปิดทางให้มีการใช้อำนาจในทางมิชอบให้ผู้แสวงหาอำนาจฉวยโอกาสอย่างไม่ชอบธรรม (นิยม รัฐอมฤต, ๒๕๔๐)

ปัญหาการซื้อสิทธิขายเสียงมักถูกมองว่าเป็นปัญหารุนแรงที่สุดในเขตภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สมชัย ภัทรธนานันท์ (๒๕๔๕) พบว่า การศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการซื้อเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มขึ้นหลังจากวิกฤตการณ์ “โรคร้อยเอ็ด” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์การซื้อเสียงที่มีความรุนแรงอย่างมากในการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแทนตำแหน่งที่ว่างในจังหวัดร้อยเอ็ดในปี พ.ศ. ๒๕๒๔ การเลือกตั้งในครั้งนั้นปรากฏว่ามีพรรคการเมืองในการหาเสียงเลือกตั้งอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน จนเป็นคำขวัญของการเลือกตั้งในท้องที่ว่า “เงินไม่มีหนีไปนา

เงินไม่มาไปนาดีกว่า เงินไม่มากก็ไม่เป็น” อีกทั้งยังส่งผลดีทางเศรษฐกิจต่อจังหวัดร้อยเอ็ดในช่วงเลือกตั้ง เนื่องจากมีสื่อมวลชนจำนวนมากลงไปทำข่าวในท้องถิ่น และประชาชนมีอาชีพเสริมจากการรับจ้างติดใบปลิวในช่วงเลือกตั้ง ซึ่งช่วงเวลาและสถานการณ์ดังกล่าวถือเป็นจุดเริ่มต้นและการบุกเบิกการศึกษาเรื่องการซื้อเสียงในประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่คณะเชิงลบท่อพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของคนอีสานหรือประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หลังจากนั้นได้มีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อสิทธิการขายเสียงของประชาชนในภูมิภาคนี้อีกจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ผลการศึกษามักได้ข้อสรุปว่า ผู้ลงคะแนนเสียงที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ มักตัดสินใจว่าจะลงคะแนนให้กับผู้สมัครคนใดเพียงในวันเลือกตั้งเท่านั้น โดยไม่มีความผูกพันทางการเมืองกับพรรคการเมือง และไม่สนใจนโยบายของพรรค ทั้งยังขาดข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่ดีพอ ในขณะที่ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูง มักใช้เวลาในการไตร่ตรองเพื่อการตัดสินใจมากกว่า โดยมีความนิยมในพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่งหรือชื่นชมนโยบายของพรรคเป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ ทั้งยังเป็นผู้เปิดรับข่าวสารทางการเมืองมากกว่าผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำกว่า

การศึกษาในแนวทางดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ อุดม พิริยสิงห์ (๒๕๓๘) ที่พบว่ามีการซื้อเสียงผ่านกระบวนการจัดตั้งและควบคุมหัวคะแนนอย่างเป็นระบบตั้งแต่ระดับหมู่บ้านจนถึงระดับจังหวัด มีการจัดเลี้ยงอาหาร แจกข้าวของและคูปองแลกเงินตลอดจนมีการบริจาคเงินหรือสาธารณูปโภคให้แก่ชุมชน รวมทั้งจัดพิมพ์เอกสารโจมตีกัน เป็นต้น ทั้งนี้ อัมมาร์ สยามวาลา และปิยนุช เพียรชอบ (๒๕๓๗) ได้สรุปไว้ว่าการซื้อสิทธิขายเสียงกลายเป็นประเพณี

นิยมสำหรับประชาชนไทย เพราะรัฐบาลไม่อาจตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ แต่ประชาชนต้องไปขอจากหัวคะแนนหรือผู้แทนของตน แม้ว่าจะมีกฎหมายหรือมีองค์กรกลางขึ้นมาเพื่อควบคุมและตรวจสอบการขายเสียง แต่ก็ไม่สามารถดำเนินการหรือจัดการได้อย่างสัมฤทธิ์ผล

เป็นที่สังเกตว่า ในวรรณกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อสิทธิขายเสียงนั้น มักจะเป็นการทำวิจัยหรือการศึกษาที่เน้นว่าผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคมต่ำ มีแนวโน้มที่จะยินยอมกระทำการทุจริตในการเลือกตั้งได้ง่ายกว่าคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่า ซึ่งได้รับการตอกย้ำอีกครั้งจากผลงานเรื่อง สองนครา ประชาธิปไตย ของ เอนก เหล่าธรรมทัศน์ (๒๕๓๘) ที่ชี้ว่าประเทศไทยมีประชาธิปไตยสองรูปแบบ โดยมีพื้นฐานมาจากความแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคมของชนชั้นกลางในเมืองและชาวชนบท โดยคนชนบทซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร หรือผู้ประกอบการรายย่อยนั้น มักจะเห็นว่าประชาธิปไตยเป็นเรื่องของผู้ร่ำรวยหรือลูกน้องที่ใช้ในการลงคะแนนเสียง เพื่อการเชื่อมโยงตนเอง (ในฐานะผู้ร่ำรวย) เข้ากับผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมดีกว่า (ในฐานะผู้ใหญ่หรือผู้อุปถัมภ์) การเลือกตั้งของชาวชนบทจึงขึ้นอยู่กับบุญคุณของผู้สมัครที่มีต่อตนเองและครอบครัว หรือพวกพ้องในอดีต รวมถึงความคาดหวังที่จะได้ผลประโยชน์ทั้งเฉพาะหน้าและผลประโยชน์ในอนาคต ในขณะที่ชนชั้นกลางที่อยู่ในเมือง มีมาตรฐานที่แตกต่างจากคนส่วนใหญ่ของประเทศ โดยมองคุณภาพของนักการเมืองและรัฐบาลด้วยอุดมการณ์และคุณธรรม มีการลงคะแนนเสียงด้วยวิจรรณญาณทางการเมือง โดยไม่คำนึงถึงหนี้บุญคุณหรืออามิสสินจ้างใดๆ ซึ่งชนชั้นกลางในเมืองได้วิพากษ์วิจารณ์คุณภาพของนักการเมืองส่วนใหญ่ที่ได้รับการเลือกตั้งมาจากประชาชนในชนบท และพยายามล้มรัฐบาลที่มาจากกรรมการเลือกตั้งของคนในชนบท โดยมอง

ว่าผู้ที่มาจากการเลือกตั้งในชนบทนั้นมาจากการซื้อเสียง ด้วยเหตุนี้ความแตกต่างระหว่างอุดมการณ์ของคนส่วนใหญ่ในสังคมที่เลือกรัฐบาลเข้ามาบริหารประเทศกับคนส่วนน้อยในสังคมที่เป็นฐานนโยบายซึ่งมีบทบาทเป็นผู้ล้มหรือถอดถอนรัฐบาลที่ไม่มีความชอบธรรม โดยความแตกต่างในแนวคิดทางการเมืองของคนสองกลุ่มนี้เกิดจากความไม่สมดุลในการพัฒนาที่ได้สร้างรัฐรวมศูนย์ ผูกขาดอำนาจปกครอง จนทำให้คนในชนบทเกิดความอ่อนแอ ไม่ตื่นตัวต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง จึงพากันเรียกร้องเงิน ความช่วยเหลือ และความอุปถัมภ์จากรัฐหรือนักการเมืองในลักษณะต่างๆ พร้อมกับการซ้ำเติมด้วยความยากจนขาดแคลน และไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ อันเป็นต้นเหตุสำคัญหรือที่มาของการขายเสียง

นอกจากนี้ยังได้มีการให้ข้อมูลที่เน้นเรื่องความแตกต่างด้านเศรษฐกิจและสังคมซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกตั้งที่แตกต่างกัน โดยได้มีการตั้งข้อสังเกตว่า การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเลือกตั้งส่วนใหญ่เป็นการศึกษาวิจัยที่มีสมมติฐานล่วงหน้าอยู่แล้วตามแนวทางของสำนักพฤติกรรมศาสตร์และสำนักปฏิฐานนิยม ด้วยการใช้แบบสอบถาม รวมทั้งการกำหนดตัวแปรต่างๆ เพื่อพิสูจน์ยืนยันสมมติฐานของตนเท่านั้น โดยไม่ได้เป็นงานวิจัยที่เกิดขึ้นเพื่อท้าทายสมมติฐานเดิมหรือตั้งสมมติฐานใหม่ การศึกษาส่วนใหญ่จึงมีผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ที่มีระดับรายได้การศึกษาและฐานะทางสังคมสูงมักเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงพรรคการเมืองและนโยบายพรรค ทั้งยังมักเป็นผู้ที่คำนึงถึงนโยบายพรรคมากกว่าผู้มีการศึกษาและรายได้ต่ำ (ประจักษ์ ก้องกีรติ, ๒๕๕๕)

ผลสะท้อนของการศึกษาเรื่องการซื้อเสียงในลักษณะดังกล่าว ได้กลายเป็นสิ่งรองรับความชอบธรรมให้กับกระแสรัฐธรรมนูญนิยมและธรรมาภิบาล โดยมี

กรอบในการวิเคราะห์หว่า ปัญหาเรื่องการซื้อเสียงคือ ต้นเหตุของความเสียหายของประชาธิปไตย อันเป็นต้นเหตุของวงจรรูปาทรมและการรัฐประหาร เป็นต้น ด้วยเหตุนี้แม้รัฐธรรมนูญไทย เช่น สมบัติ จันทรวงศ์ (๒๕๓๖) จึงได้นำเสนอว่า กระบวนการทางการเมืองที่ดี ซึ่งจะทำให้เกิดระบบการเมืองที่ดีได้นั้นจะต้องไปด้วยกัน นั่นหมายความว่า จะต้องสร้างระบบคัดกรองนักการเมืองที่มีคุณภาพเสียก่อนจึงจะสร้างระบบการเมืองที่ดีได้

แนวคิดเหล่านี้ได้ส่งผลให้การปฏิรูปการเมืองไทยวนเวียนอยู่ในเรื่องการสถาปนาระบบเลือกตั้งที่บริสุทธิ์ ยุติธรรมมากกว่าการให้ความสำคัญกับภาคประชาสังคมและความยุติธรรมทางเศรษฐกิจสังคม ผลก็คือ เราได้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่มีฐานคิดรังเกียจนักการเมือง และผลักให้การซื้อเสียงถูกมองว่าเป็นปัญหาทางวัฒนธรรมของชีวิตในชนบท เนื่องจากเป็นสังคมกึ่งพัฒนา กึ่งจารีตนิยม จึงมีแนวโน้มที่จะถูกผูกมัดด้วยระบบอุปถัมภ์ คนยากจนในชนบทไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างเป็นอิสระ โดยไม่อ้างอิงอยู่กับเครือข่ายระบบอุปถัมภ์ในชุมชน

อย่างไรก็ดี การก้าวขึ้นมามีบทบาททางการเมืองของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร หัวหน้าพรรคไทยรักไทย ได้เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้ทุนนิยมท้องถิ่นที่สามารถเติบโตไปได้ไกลกว่ารัฐ ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธนาภิการเมืองไทยอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยเปลี่ยนแปลงการซื้อเสียงที่ยึดติดกับตัวผู้สมัครให้กลายเป็นการผลักดันนโยบายและการตอบสนองความต้องการของประชาชน ซึ่งทั้งสื่อมวลชนและนักวิชาการหลายคน อาทิ ธีรยุทธ บุญมี (๒๕๕๐) มองว่า การนำเสนอนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนเป็นช่องทาง การซื้อเสียงอีกแบบหนึ่ง ซึ่งได้กลายมาเป็นวาทกรรม “นโยบายประชานิยม” เพื่อลดทอนความน่าเชื่อถือของนโยบายที่มาจากนักการเมือง เป็นต้น

การศึกษาปัญหา เรื่องการซื้อเสียง ในแนวทางกระแสรอง

นอกจากการศึกษาการเลือกตั้งในกระแสหลักแล้ว นักวิชาการบางกลุ่มได้เสนอแนะมุมมองที่มีต่อการเลือกตั้งที่แตกต่างออกไป ซึ่งยังมีอยู่น้อย งานวิชาการในลักษณะนี้ โปรดดู เช่น William Callahan (2005) ประจักษ์ ก้องกีรติ (๒๕๕๕) และ แอนดรู วอล์คเกอร์ (๒๕๕๕) นักวิชาการกลุ่มนี้มองการศึกษาการเลือกตั้งกระแสหลักว่า ได้กลายเป็นวาทกรรมทางการเมืองและส่งผลต่อการแสดงคุณค่าทางการเมืองบางประการ และได้ตั้งข้อสังเกตว่าการศึกษาตามแนวทางพฤติกรรมศาสตร์และกฎหมายมหาชนของไทยที่ผ่านมา ให้ความสำคัญกับปัญหาการซื้อสิทธิขายเสียงในการเลือกตั้งมากเกินไป จนการทุจริตในการเลือกตั้งถูกมองว่าเป็นต้นตอของปัญหาทั้งหมดของการเมืองไทย ความเข้าใจดังกล่าว ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมจนนำมาสู่การร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่ได้วางโครงสร้างทางการเมืองใหม่เพื่อป้องกันการซื้อสิทธิขายเสียง ซึ่งส่งผลให้เกิดความเปราะบางความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาทางการเมืองเชิงโครงสร้างให้หยุดอยู่ที่เพียงปัญหาศีลธรรมหรือวัฒนธรรมการเมืองของผู้ลงคะแนนและผู้สมัครรับเลือกตั้ง นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องการซื้อเสียงของกระแสหลักได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าไม่สามารถสร้างฐานทฤษฎีใหม่เกี่ยวกับการศึกษาการเมืองการปกครอง เป็นเพียงการพิสูจน์สมมติฐานซ้ำแล้วซ้ำเล่าจากแบบสอบถามที่ได้เตรียมแนวทางคำตอบไว้ (ประจักษ์ ก้องกีรติ, ๒๕๕๕) ด้วยเหตุนี้ แนวทางการศึกษาการเลือกตั้งกระแสรองนี้ มองว่า “การซื้อเสียงไม่ใช่ปัญหา แต่การให้ความสำคัญกับการซื้อเสียงมากเกินไปคือการสร้างปัญหา”

แม้จะมีการศึกษาวิจัย ตลอดจนแนวคิดที่กล่าวถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งว่า การซื้อเสียงมีอิทธิพลต่อประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งผู้ลงคะแนนเสียง ตลอดจนมีการออกกฎหมายและออกแบบระบบเลือกตั้งเพื่อป้องกันการซื้อเสียงแต่การศึกษาที่ผ่านมาต่างยอมรับว่าวิธีการต่างๆ เหล่านั้นไม่ประสบผลสำเร็จ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการให้เงินในการเลือกตั้งกลายเป็นเรื่องปกติหรือวิถีปฏิบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้งและผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงอยู่แล้ว (ปริญญา เทวานฤมิตรกุล, ๒๕๕๕) โดยผู้มีสิทธิออกเสียงเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าจะลงคะแนนให้ใคร ซึ่งปัจจัยที่นำไปสู่การตัดสินใจลงคะแนนให้ผู้สมัครคนใดนั้น ส่วนใหญ่ประชาชนคำนึงถึงผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าการรับอามิสสินจ้างในช่วงหาเสียง โดยนักวิชาการที่เสนอแนวคิดนี้มองเรื่องการซื้อเสียงกว้างกว่าการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเฉพาะหน้า อาทิ ประจักษ์ ก้องกีรติ (๒๕๕๕) ได้กล่าวถึงการซื้อเสียงกับการเลือกตั้งว่า ตกอยู่ภายใต้เรื่องเล่าแบบหนึ่งที่เป็นการต่อสู้กันระหว่างความดีและความเลว โดยความเลวคือการเมืองหรือบุคคลที่ได้เป็นผู้แทนราษฎรเพราะอำนาจเงินตรา ส่วนคนที่ดีและมีความรู้ความสามารถไม่อาจต่อสู้กับอิทธิพลของนักการเมืองได้ แนวความคิดเช่นนี้ถูกผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องประชาธิปไตยตกอยู่ภายใต้ภาวะคับแคบ และเปราะบาง ความสนใจเรื่องโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความไม่เท่าเทียมและการทุจริตขององค์กรอื่นๆ เรื่องเล่าเช่นนี้ถูกผูกติดกับคำอธิบายว่า “คนดี” นั้น ไม่ต้องผ่านการพิสูจน์ด้วยการเลือกตั้งเสมอไป

นอกจากนี้ เอนก เหล่าธรรมทัศน์ (๒๕๕๒) ยังได้นำเสนอทัศนะเกี่ยวกับการเลือกตั้งว่า แท้จริงแล้วไม่ได้เป็นเพียงการหย่อนบัตรเลือกตั้ง ซึ่งเป็นพิธีกรรมที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่กี่นาที แต่การเลือกตั้งสำหรับผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นโอกาสในการเลือกนโยบาย

เป็นการต่อรองระหว่างชุมชนกับส่วนกลางในเรื่องการแลกเปลี่ยนนโยบาย โครงการ และทรัพยากร นอกจากนี้ในมิติเชิงอุดมการณ์แล้ว การเลือกตั้งยังทำให้ประชาชนเชื่อว่าตนเองมีอำนาจสูงขึ้น สามารถกำหนดชะตาชีวิตของตนเองได้มากขึ้น และมีช่องทางในการควบคุมนักการเมืองมากยิ่งขึ้นด้วย

เช่นเดียวกับ แอนดรู วอล์คเกอร์ (๒๕๕๕) ได้ทำการศึกษาวิจัยแบบฝังตัวอยู่ในท้องถิ่นทางภาคเหนือแห่งหนึ่งผลการศึกษาของเขาพบว่าพฤติกรรมกาเลือกตั้งของคนในชนบทไม่ใช่เรื่องอามิสสินจ้าง แต่เป็นการสร้างคำสัญญาระหว่างประชาชนกับผู้แทนของเขา นั่นคือ สิ่งที่เรียกว่า “**ธรรมเนียมแห่งชนบท**” ในฐานะสัญญาประชาคมระหว่างผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและนักการเมือง ได้กลายเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเลือกผู้แทนราษฎรของตน ซึ่งแนวคิดธรรมเนียมแห่งชนบทนี้ได้ทำลายฐานความคิดที่มองว่า คนชนบทจะเลือกตั้งตามจำนวนเงินที่ตนเองได้รับจากการขายเสียง ทั้งนี้ “**ธรรมเนียมแห่งชนบท**” ในแง่มุมนี้ คือ ข้อตกลงระหว่างชาวบ้านกับรัฐ โดยชาวบ้านต้องการมองนโยบายในฐานะที่จะต้องเชื่อมโยงระหว่างตนเองกับรัฐ ผู้แทนราษฎรซึ่งเป็นผู้ใช้อำนาจรัฐในส่วนกลาง ต้องมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นเพื่อประสานผลประโยชน์ระหว่างชาวบ้านกับรัฐ นโยบายของรัฐต้องเกิดประโยชน์กับตน นอกจากนี้ผู้แทนราษฎรจะต้องมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความรับผิดชอบ และมีความชอบธรรม ชาวบ้านให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและความสามารถในการบริหารงาน ภายในกรอบ “**ธรรมเนียมแห่งชนบท**” นี้ จึงกลายเป็นบรรทัดฐานของการจัดการทางสังคมที่เป็นช่องทางในการตัดสินใจของชาวบ้านว่าจะเลือกใครเป็นผู้แทนของตน

เช่นเดียวกันกับงานของ Callahan (2005) ที่ให้ความเห็นว่า การศึกษาเรื่องการซื้อเสียงในประเทศไทย

อยู่ที่การจัดวางพื้นที่ให้เป็นการละเมิดกฎหมาย การไม่ยึดถือธรรมาภิบาลและการไม่สนับสนุนคนดีมีความสามารถ โดยนัยนี้ การซื้อเสียงจึงถูกวางโครงเรื่องให้เป็นคู่ตรงข้ามกับความดีหรือคุณธรรมต่างๆ เช่น คนดีมีความรู้ความสามารถ การเลือกผู้นำตามความต้องการที่แท้จริงของประชาชน บทบาทของภาคประชาสังคม และการมีผู้นำที่ดีหรือมีความรู้ ซึ่งในแง่นี้วิเคราะห์ได้ว่า การซื้อเสียงกลายมาเป็นตัวสร้างภาพเกี่ยวกับความเข้าใจเรื่องประชาธิปไตยและการเมืองไทยอย่างแคบๆ เท่านั้น ทั้งยังมองการซื้อสิทธิ์ขายเสียงเป็นวาทกรรมทางการเมืองแบบหนึ่งที่ทำให้นักการเมืองเลือกตั้ง ซึ่งนักปฏิรูปการเมืองและชนชั้นกลางในเมืองหลวงมักมองว่าการซื้อเสียงเป็นเรื่องของนักการเมืองเลวที่คู่กับชาวบ้านเห็นแก่ได้ โดยวาทกรรมการซื้อสิทธิ์ขายเสียงเป็นความร่วมมือระหว่างข้าราชการกับนักธุรกิจในเมือง เพื่อสร้างระบบการเมืองมีอาชีพที่สะอาด การปฏิรูปการเมืองไทยที่ผ่านมาจึงไม่ใช่การขยายฐานเสียงให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่เป็นการหาคนดีมีความสามารถ ดังที่ปรากฏชัดเจนในเนื้อหาของกรปฏิรูปการเมืองผ่านรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่ได้สร้างกลไกและเครื่องมือควบคุมระบบการเลือกตั้ง ตลอดจนป้องกันการทุจริตจากนักการเมืองในฐานะตัวอันตรายของระบบการเมือง เขามองเห็นว่ามี ความจำเป็นที่จะต้องต่อสู้กับการทุจริตในวงการราชการและให้ความสำคัญกับกระจายทรัพยากรลงสู่พื้นที่ชนบทอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการแก้ไขเชิงโครงสร้าง อันเป็นต้นตอที่สำคัญของปัญหาประชาธิปไตยในประเทศไทย

จากแนวคิดทฤษฎีสองกระแสหลัก ที่ใช้อธิบายเรื่องพฤติกรรมกาเลือกตั้งไทย ซึ่งทฤษฎีแรกที่เป็นกระแสหลักใช้แนวคิดวัฒนธรรมการเมืองไทยในระบบอุปถัมภ์ และการขยายตัวของระบบทุนนิยม ทำให้เกิดระบอบธนาธิปไตย ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกาเลือกตั้งและ

ปัญหาการซื้อสิทธิขายเสียง ส่วนแนวคิดทฤษฎีรอมมองว่าการเลือกตั้งไม่ควรถูกตีความอย่างแคบแคใน เรื่องความดีความชั่ว ระหว่างนักการเมืองเลวกับชาวบ้านที่เห็นแก่ได้ แต่การมองเลือกตั้งควรถูกให้ความสำคัญในฐานะเครื่องมือในการต่อรองเชิงนโยบายระหว่างส่วนกลางและชนบท และเป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ของชาวชนบทที่มองว่าทำให้ตนเองมีอำนาจมากขึ้น และเป็นหนึ่งในช่องทางที่จะควบคุมนักการเมือง ผลที่เป็นรูปธรรมเชิงนโยบายของการโต้เถียงเชิงทฤษฎีระหว่างสองแนวคิดหลักนี้ ทำให้แนวคิดทฤษฎีรอมไม่ได้มองเหมือนแนวคิดทฤษฎีแรก ที่เห็นว่า การซื้อเสียงจะต้องได้รับการกำจัดโดยการออกกฎหมายให้รัดกุม และมีองค์กรอิสระมาควบคุมการเลือกตั้ง

จังหวัดมหาสารคาม : หนึ่งในกรณีศึกษาที่แสดง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง

จากการมองพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งที่แตกต่างกันระหว่างแนวคิดสองกระแสนี้ ได้นำมาสู่การศึกษาจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วในฐานะเมืองการศึกษาที่สำคัญของภูมิภาค กรณีศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดมหาสารคาม ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.๒๕๕๕ – กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๖ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ๔๐๐ คน กระจายไปยังพื้นที่ทั้ง ๑๓ อำเภอของจังหวัดมหาสารคามในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันโดยเลือกตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของครัวเรือนที่มีอายุตั้งแต่ ๑๘ ปีขึ้นไป มีภูมิลำเนาและ

อาศัยอยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามหรือสมาชิกในครัวเรือนต้องไม่ทำงานหรือเป็นนักการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่น ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาตัวแปรเดียวด้วยการหาค่าเฉลี่ยและร้อยละ โดยผลการศึกษารายงานออกเป็น ๓ ประเด็นตามชุดคำถาม ได้แก่

(๑) การใช้ตัวแบบสังคมวิทยาในการอธิบายพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งของประชาชน

ในการวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่า ตัวแบบทางสังคมวิทยา อาทิ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ความเชื่อทางวัฒนธรรม หรือการอยู่ภายใต้อิทธิพลของหัวหน้าคน ยังสามารถใช้อธิบายพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดมหาสารคามได้หรือไม่ พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่ไม่มีนัยสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ตัวแปรด้านสังคมวิทยา เช่น ระดับการศึกษา และช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นไม่ได้มีปัจจัยต่อพฤติกรรมการณ์เลือกตั้ง ซึ่งประเด็นนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งระบุว่า การซื้อเสียง มีต้นตอของปัญหาจากปัญหาความยากจนและความแตกต่างทางเศรษฐกิจสังคม โดยคนยากจนไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้และเห็นแก่ประโยชน์เฉพาะหน้าจึงขายเสียงของตนเองเพื่อความอยู่รอด โดยไม่คิดถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมและไม่มีความรู้เรื่องนโยบาย

ตารางที่ ๑ แสดงการตัดสินใจเลือกผู้สมัครด้วยตนเองจำแนกตามระดับการศึกษาและช่วงอายุ

ระดับการศึกษาและช่วงอายุ	ไม่สำคัญ (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)
ประถมศึกษา	๐	๑๓.๘๙	๘๖.๑๑
มัธยมศึกษาตอนต้น	๑๐.๐	๑๔.๐๐	๗๖.๐
อนุปริญญา	๘.๓๓	๒๓.๓๓	๖๘.๓๓
ปริญญาตรี	๑.๓๖	๘.๘๔	๘๙.๘
สูงกว่าปริญญาตรี	๐	๐	๑๐๐.๐
ต่ำกว่า ๒๕ ปี	๑.๖	๑๗.๐	๘๔.๙
๒๖-๓๕ ปี	๑๑.๔	๒๒.๐	๖๗.๖
๓๖ ปีขึ้นไป	๒.๒	๑๕.๐	๘๗.๐

จากตารางที่ ๑ ชี้ให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่แตกต่าง มีผลต่อปัจจัยที่ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงตัดสินใจเลือกผู้สมัครด้วยตนเอง โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจด้วยตนเองมากกว่าผู้ที่จบการศึกษาในระดับมัธยมต้นและอนุปริญญา โดยผลสรุปที่ได้จากตารางนี้ไม่อาจยืนยันสมมติฐานเดิมของสำนักคิดพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งได้สรุปแบบแผนพฤติกรรมกรเลือกตั้งของคนไทยไว้ว่า พฤติกรรมกรเลือกตั้งของคนไทยมาจากความแตกต่างด้านสังคมวิทยาของผู้เลือกตั้ง หรือปัจจัยทางสังคมวิทยาของบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและผลของการเลือกตั้ง ทั้งยังแสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างทางด้านการศึกษามีอิทธิพลหรือมีปัจจัยต่อการตัดสินใจเลือกตั้งด้วยตนเองหรือได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น กล่าวคือ แม้ว่าผู้จบการศึกษาระดับประถมศึกษาและปริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจด้วยตนเองมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับมัธยมต้นและอนุปริญญา โดยนัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกผู้สมัครที่แตกต่างกัน

ก็ตาม แต่ไม่สามารถกล่าวได้ว่า ผู้มีระดับการศึกษาต่ำจะตัดสินใจเลือกผู้สมัครด้วยตนเอง “มากกว่าหรือน้อยกว่า” ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ในแง่นี้จึงไม่สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำไม่สามารถใช้ดุลพินิจเลือกคนดีหรือพรรคการเมืองที่ดีได้

อีกทั้งผลการสำรวจด้านช่วงอายุแสดงให้เห็นว่าช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งตัดสินใจในการเลือกผู้สมัครด้วยตนเอง โดยผู้ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า ๒๕ ปี และ ๓๖ ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจด้วยตนเองมากกว่าผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง ๒๖-๓๕ ปี ซึ่งผลสรุปที่ได้จากตารางนี้ไม่อาจยืนยันสมมติฐานเดิมที่สรุปแบบแผนพฤติกรรมกรเลือกตั้งของคนไทยไว้ว่า พฤติกรรมกรเลือกตั้งของคนไทยมาจากความแตกต่างด้านสังคมวิทยาของผู้เลือกตั้ง หรือปัจจัยทางสังคมวิทยาของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อาทิ เพศ เชื้อชาติ ชนชั้น ศาสนา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและผลของการเลือกตั้ง

ดังเช่น ผลการศึกษาของ ขวัญจิต สุดสวัสดิ์ (๒๕๓๔) มุ่งเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียง

ของคนวัยหนุ่มสาวและคนสูงอายุ ตลอดจนฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งพบว่า ระดับอายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสิทธิขายเสียงที่แตกต่างกัน โดยวัยหนุ่มสาวมีทัศนคติคัดค้านการซื้อสิทธิขายเสียง ในขณะที่วัยสูงอายุมีทัศนคติสนับสนุนการซื้อสิทธิขายเสียง โดยนัยนี้ผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่มีอายุมากขึ้น ยังอยู่ในค่านิยมแบบอุปถัมภ์ที่จำเป็นจะต้องให้การสนับสนุนผู้ที่เคยช่วยเหลือตนมาซึ่งอาจเป็นไปในรูปแบบของการเอื้อเฟื้อในรูปแบบอื่น อันรวมไปถึงการซื้อเสียง ในขณะที่ผู้ที่มีระดับอายุน้อยได้อยู่ในสังคมสมัยใหม่ที่จะตัดสินใจเลือกตั้งตามความต้องการของตน โดยไม่มีปัจจัยอื่นเข้ามามีอิทธิพลเหนือตนเอง

นอกจากนี้ ตารางข้างต้นยังชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่อยู่ในช่วงอายุน้อยและมาก มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจด้วยตนเองมากกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุระดับกลาง โดยนัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่า แม้ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่แตกต่างกัน แต่ไม่สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่มีอายุน้อยจะตัดสินใจเลือกผู้สมัครด้วยตนเอง “มากกว่าหรือน้อยกว่า” ผู้ที่มีอายุมาก ซึ่งผลการสำรวจนี้ได้ปฏิเสธสมมติฐานของสำนักปฏิธานนิยมที่เคยนำเสนอมา

(๒) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งของประชาชน

ในการค้นหาคำตอบว่า สิ่งใดหรือปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนผู้ลงคะแนนเสียงในจังหวัดมหาสารคามนั้น ได้กำหนดคำถามหลักในแบบสอบถามจำนวน ๒ คำถามคือ “ข้อใดเป็นคุณสมบัติของผู้สมัครที่ทำให้ตัดสินใจเลือกหรือลงคะแนนให้” และ “ท่านได้รับอิทธิพลจากใครในการจูงใจให้เลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง” โดยข้อคำถามแรกนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าตัวแทนของตนควรมีคุณสมบัติโดดเด่นในเรื่องความซื่อสัตย์ สุจริตหรือไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน ร้อยละ ๘๖.๓ ใกล้เคียงกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าตัวแทนของตนควรมีนโยบายในการหาเสียงที่น่าสนใจ ทั้งยังต้องมีแนวโน้มทำได้จริงถึงร้อยละ ๘๔.๒ รองลงมา คือ การเข้าถึงได้ง่าย ช่วยเหลือและแก้ปัญหาความเดือดร้อนของชุมชน ร้อยละ ๘๒.๖ มีความผูกพันกับชุมชนพื้นที่เป็นระยะเวลานาน ร้อยละ ๗๓.๙ การสังกัดพรรคที่ชื่นชอบ ร้อยละ ๖๘.๗ มีภาพลักษณ์ดี มีการศึกษา มาจากครอบครัวที่น่านับถือ ร้อยละ ๖๓.๔ และคุณสมบัติที่สำคัญน้อยที่สุดคือการให้เงิน รางวัล หรือความช่วยเหลือต่างๆ คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๖ ดังตารางที่ ๒

ตารางที่ ๒ แสดงคุณสมบัติของผู้สมัครที่ทำให้ตัดสินใจเลือกหรือลงคะแนนเลือกตั้ง

คุณสมบัติของผู้สมัคร	ไม่สำคัญ (ร้อยละ)	สำคัญ (ร้อยละ)
๑. สังกัดพรรคที่ชื่นชอบ	๓๐.๓	๖๘.๗
๒. มีนโยบายในการหาเสียงที่น่าสนใจ และมีแนวโน้มทำได้จริง	๑๕.๕	๘๔.๒
๓. ซื่อสัตย์ สุจริต ไม่โกงกิน ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน	๑๓.๑	๘๖.๓
๔. เข้าถึงได้ง่าย ช่วยเหลือ และแก้ปัญหาความเดือดร้อนของชุมชน	๑๖.๙	๘๒.๖
๕. ให้เงิน รางวัล หรือความช่วยเหลือต่างๆ	๕๒.๘	๔๖.๖
๖. มีภาพลักษณ์ดี มีการศึกษา มาจากครอบครัวที่น่านับถือ	๓๕.๘	๖๓.๔
๗. มีความผูกพันกับชุมชนพื้นที่เป็นระยะเวลานาน	๒๔.๗	๗๓.๙

จากข้อมูลที่ได้สำรวจมานั้น สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งในจังหวัดมหาสารคาม ตัดสินใจเลือกผู้สมัครโดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติส่วนบุคคล นโยบายของพรรคและความผูกพันของผู้สมัครที่มีต่อชุมชนพื้นที่เป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยผลการสำรวจนี้โต้แย้งกับการศึกษาที่ผ่านมาซึ่งมักนำเสนอว่า คนยากจนมีโอกาสได้รับอิทธิพลในการลงคะแนนเสียงให้นักการเมืองได้ง่ายกว่าชนชั้นกลางที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีการศึกษาสูง และคนที่อยู่ในเขตชนบทมีแนวโน้มจะเลือกตั้งตามการจูงใจด้วยเงินหรือระบบอุปถัมภ์ (สมโภชน์ ศรีโกทชนันสมบุรณ์, ๒๕๓๔)

ประเด็นต่อมามุ่งศึกษาว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกตั้งมาจากผู้ใดมากที่สุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงคะแนนเสียง

เลือกตั้งด้วยตัวเอง ถึงร้อยละ ๘๐.๗ ส่วนการได้รับอิทธิพลภายนอกต่อการตัดสินใจลงคะแนนเลือกตั้งนั้นมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย โดยแบ่งออกเป็นผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากสมาชิกในครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ ๓๘.๐ นักการเมืองท้องถิ่น ร้อยละ ๓๕.๗ เพื่อนหรือคนใกล้ชิด ร้อยละ ๒๔.๕ และหัวหน้า ร้อยละ ๒๓.๒ ส่วนผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากบทบาทหรือแกนนำกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมืองนั้น แบ่งเป็นกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) หรือกลุ่มเสื้อแดง กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย หรือเสื้อเหลืองและกลุ่มอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ ๒๗.๙ ๒๒.๒ และ ๑๗.๖ ตามลำดับ ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ร้อยละ ๒๐.๙ ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ พระ หรือผู้นำทางศาสนา ร้อยละ ๑๖.๑ ดังตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓ แสดงอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจลงคะแนนเลือกตั้ง

อิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจลงคะแนนเลือกตั้ง	ไม่สำคัญ (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	๔.๕	๑๔.๗	๘๐.๗
สมาชิกในครอบครัว หรือญาติ	๑๖.๓	๔๕.๗	๓๘.๐
เพื่อน คนใกล้ชิด	๒๑.๒	๕๔.๓	๒๔.๕
หัวหน้า	๓๑.๑	๔๔.๑	๒๓.๒
นักการเมืองท้องถิ่น	๒๕.๗	๓๘.๖	๓๕.๗
ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	๓๑.๙	๔๗.๒	๒๐.๙
พระ หรือผู้นำทางศาสนา	๔๓.๒	๔๐.๘	๑๖.๑
กลุ่ม นปช. หรือเสื้อแดง	๔๗.๔	๒๔.๗	๒๗.๙
กลุ่มพันธมิตรฯ หรือเสื้อเหลือง	๕๑.๙	๒๕.๙	๒๒.๒
กลุ่มอื่นๆ	๗๓.๕	๘.๘	๑๗.๖

ทั้งนี้คำตอบที่ประชาชนส่วนใหญ่ยืนยันว่า “ตนเอง” คือผู้มีอิทธิพลในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นคำตอบที่ทำให้ต้องปฏิเสธแนวคิดที่พยายามรวมวัฒนธรรมการเมืองเข้ากับปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อันเป็นรากฐานให้การซื้อเสียงฝังรากลึกในสังคม โดยมองว่า วัฒนธรรมการเมืองแบบไพร่ฟ้า (subject political culture) ของคนไทยส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ถูกปลูกฝังอยู่ในค่านิยมคนไทย มาช้านาน โดยวัฒนธรรมดังกล่าวเมื่อรวมกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่ได้สร้างนายทุนท้องถิ่นขึ้นมาเป็นผู้ครอบครองเศรษฐกิจส่วนใหญ่ในพื้นที่ จึงทำให้เกิดระบบอุปถัมภ์ในการเลือกตั้ง และเป็นฐานที่ทำให้การใช้จ่ายเงินในการเลือกตั้งเป็นไปได้อย่างสะดวก อีกทั้ง ผลการสำรวจนี้ยังปฏิเสธความเชื่อเรื่องศาสนาที่ทำให้ประชาชนผูกติดกับความศรัทธาในเรื่องบาป-บุญ ทำให้ผู้ที่รับเงินจากผู้สมัครเลือกตั้งคนใด

ก็มักจะต้องไปลงคะแนนให้ผู้สมัครคนนั้น ไม่เช่นนั้นจะถือว่าเป็นการทำบาปที่ผิดสัญญา (นัฐพงศ์ สุขวิสิฐ, ๒๕๓๕) ดังนั้นผลการสำรวจในประเด็นดังกล่าว จึงได้ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงคะแนนเสียงจากความต้องการของตัวเองมากกว่าการตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของผู้อื่นและความเชื่อทางศาสนา

(๓) ทัศนคติ และการให้ความหมายของประชาชนต่อการซื้อเสียง

ด้านการให้ความหมายและรูปแบบของการซื้อเสียงนั้น จากผลของการเก็บข้อมูล ดังตารางที่ ๔ สามารถเข้าใจได้ว่า สิ่งที่ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งคิดว่าเป็นการขายเสียงนั้น เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนด้วยเงินทองหรือวัตถุสิ่งของเป็นหลัก ส่วนการร่วมงานกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน และการเสนอนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้นไม่ถือว่าเป็นการซื้อเสียงเสมอไป

ตารางที่ ๔ แสดงการให้ความหมายและรูปแบบของการซื้อเสียง

การให้ความหมายและรูปแบบของการซื้อเสียง	ไม่ใช่ (ร้อยละ)	ใช่ (ร้อยละ)
๑. การให้เงิน	๑๗.๖	๘๒.๔
๒. การมอบสิ่งของ	๒๒.๕	๗๗.๕
๓. การร่วมงานหรือกิจกรรมของชุมชน	๕๓.๙	๔๖.๑
๔. การสนับสนุนเงิน หรือสิ่งของในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน	๔๖.๖	๕๓.๔
๕. การสนับสนุนงบประมาณเพื่อสิ่งก่อสร้างสาธารณะ	๔๗.๗	๕๒.๓
๖. การมาร่วมงานประเพณี หรือกิจกรรมของของครอบครัว	๖๐.๘	๓๘.๙
๗. การให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ แก่ท่านและครอบครัว	๔๖.๓	๕๓.๑
๘. การนำเสนอโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน	๕๘.๙	๔๑.๑

การตีความของการซื้อเสียงข้างต้นนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญในการทำความเข้าใจเรื่องการซื้อเสียงซึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างนักวิชาการ ชนชั้นกลาง และชาวบ้านซึ่งถูกตีตราว่าเป็นผู้ขายเสียง โดยการพิจารณา

ถึงการแข่งขันและการซื้อเสียงเลือกตั้งในการเลือกตั้งระดับต่างๆ ดังผลการสำรวจตามตารางที่ ๕ นั้น แสดงให้เห็นว่า การเลือกตั้งระดับชาติมีการซื้อเสียงน้อยกว่า การเลือกตั้งระดับท้องถิ่น โดยการเลือกตั้งสมาชิก

องค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นตัวแทนที่อยู่ใกล้ชิดประชาชนกลับมีการซื้อเสียงมากที่สุด โดยมีการจ่ายเงินในการเลือกตั้ง เฉลี่ยประมาณ ๕๘๐ บาท ต่อผู้ลงคะแนน ๑ คน การสำรวจในประเด็นนี้ได้แสดงให้เห็นว่า คำอธิบายเรื่องการเชื่อมโยงทุนส่วนกลางกับการอุปถัมภ์ในส่วนท้องถิ่น (นพดล สุคนธ์วิท, ๒๕๓๙) ไม่สามารถอธิบายได้ว่า เพราะเหตุใดการซื้อเสียง

จึงเกิดในการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นมากกว่าการเลือกตั้งในระดับชาติ ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาต่อไป อีกทั้งการซื้อเสียงอาจไม่ได้ถูกตีความตามแนวคิดนักพฤติกรรมนิยมหรือนักเศรษฐศาสตร์การเมือง ที่มีความเห็นว่า นักการเมืองยอมลงทุนซื้อเสียงเพื่อไปถอนทุนคืนในรัฐสภา

ตารางที่ ๕ แสดงการรับรู้ถึงการซื้อเสียงและจำนวนเงินที่มีการจ่ายในการเลือกตั้งประเภทต่างๆ

การรับรู้ถึงการซื้อเสียงและจำนวนเงินที่มีการจ่าย	มีการซื้อเสียง (ร้อยละ)	จำนวนเงินโดยเฉลี่ย (บาท)
๑. สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร	๔๖.๖	๑๖๙.๐๕
๒. สมาชิกวุฒิสภา	๔๕.๙	๒๓๙.๑๓
๓. นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด	๕๑.๕	๒๖๕.๒๕
๔. สมาชิกองค์การบริหารส่วนจังหวัด	๕๑.๘	๒๐๘.๓๓
๕. นายกเทศมนตรี	๔๙.๙	๑๘๙.๔๗
๖. สมาชิกสภาเทศบาล	๔๗.๐	๒๕๘.๕๑
๗. นายกองค์การบริหารส่วนตำบล	๕๕.๙	๒๘๑.๗๖
๘. สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล	๕๘.๕	๕๘๓.๑๒
๙. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	๕๕.๘	๓๙๙.๒๘

นอกจากนี้ในส่วนของคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสียงดังตารางที่ ๖ นั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มากกว่าร้อยละ ๕๐ เห็นว่าไม่มีปัจจัยใดในแบบสอบถามที่มีผลต่อการซื้อเสียง อีกทั้งเมื่อพิจารณาว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่มองว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการซื้อเสียงหรือไม่ นั้น พบว่า การแข่งขันระหว่างผู้สมัครหรือพรรคการเมืองเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสียงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๓๙.๔ รองลงมาคือ ความผูกพันต่อผู้สมัครหรือความนิยมต่อพรรคการเมืองการเรียกร้องผลประโยชน์หรือข้อแลกเปลี่ยนจากประชาชน ความเข้มแข็งและ

ประสิทธิภาพของหัวหน้าคณะ ความเข้มงวดในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐ เงื่อนไขของกฎหมายการเลือกตั้ง และลำดับสุดท้ายคือ การแบ่งเขตเลือกตั้ง คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๗ ๓๑.๙ ๓๐.๓ ๒๔.๔ ๒๕.๕ และ ๒๔.๔ ตามลำดับ

ตารางที่ ๒ แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสียง

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสียง	ไม่มี (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)
๑. การแข่งขันระหว่างผู้สมัคร/พรรคการเมือง	๕๓.๖	๓๗.๐	๓๙.๔
๒. ความผูกพันต่อผู้สมัคร หรือความนิยมต่อพรรคการเมือง	๕๔.๗	๑๒.๖	๓๒.๗
๓. การเรียกร้องผลประโยชน์ หรือข้อแลกเปลี่ยนจากประชาชน	๕๕.๘	๑๒.๓	๓๑.๙
๔. ความเข้มแข็งและประสิทธิภาพของหัวหน้าคณะ	๕๕.๕	๑๔.๒	๓๐.๓
๕. เงื่อนไขของกฎหมายการเลือกตั้ง	๕๗.๙	๑๖.๖	๒๕.๕
๖. การแบ่งเขตเลือกตั้ง	๕๖.๘	๑๘.๘	๒๔.๔
๗. ความเข้มงวดในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐ	๕๖.๓	๑๕.๕	๒๘.๒

จากผลการสำรวจข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าในที่สุดแล้ว ความพยายามในเชิงโครงสร้างที่จะปฏิรูประบบเลือกตั้งเพื่อจัดหรือยับยั้งการซื้อเสียงในหลายๆ วิธีการ ตลอดจนการมุ่งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ซื้อเสียงหรือนักการเมืองด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การกำหนดให้การลงคะแนนเสียงเป็นความลับ การนับคะแนนรวมที่สถานที่นับคะแนนกลางการกำหนดแนวทางการใช้เงินของผู้สมัครรับเลือกตั้ง การบังคับให้แสดงบัญชีค่าใช้จ่ายในการหาเสียง ตลอดจนการลดจำนวนผู้ช่วยดำเนินการในการหาเสียง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงจากระบบหนึ่งเขตหลายคนเป็นระบบเขตเดียวเบอร์เดียว ตัวอย่างเช่นในประเทศไทยภายใต้การประกาศใช้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ ได้กำหนดกฎเกณฑ์อย่างรอบด้านเกี่ยวกับการต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียง (Hicken, 2002; Surin, 2002) แต่ผลที่ได้กลับไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่คาดหวังไว้

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันยังไม่มีมาตรการใดที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถลดการซื้อเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยสมบูรณ์ และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านแล้วเห็นได้ว่า ทั้งกฎหมายการเลือกตั้ง การแบ่งเขตเลือกตั้ง และความเข้มงวดในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐต่างเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการ

ซื้อเสียงไม่มากนัก ซึ่งขัดแย้งกับความตั้งใจของนักกฎหมายมหาชนที่ต้องการให้การเลือกตั้งเป็นแนวทางในการปฏิรูปการเมือง เช่น การให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมาจากระบบเลือกตั้งแบบแบ่งเขตและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ ซึ่งใช้เขตประเทศเป็นเขตเลือกตั้ง เพื่อตัดความเชื่อมโยงระหว่างเขตเลือกตั้งและอำนาจในการบริหารประเทศ ที่มักจะมีการต่อรองตำแหน่งรัฐมนตรีโดยเฉพาะในกระทรวงขนาดใหญ่ที่สามารถจัดสรรทรัพยากรได้มาก ตลอดจนการจัดตั้งคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เพื่อดำเนินการจัดการเลือกตั้งที่เป็นอิสระอย่างเป็นกลาง โดยรัฐธรรมนูญได้ให้อำนาจหน้าที่แก่ กกต. ไว้มากมาย เช่น การสืบสวนสอบสวนและตัดสิทธิผู้สมัครที่ทุจริตเลือกตั้งและสามารถจัดการเลือกตั้งใหม่ได้

บทสรุป

จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้เรื่องการซื้อเสียงในพื้นที่จังหวัด และมีทัศนคติในเชิงลบต่อการซื้อเสียง ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ลงสมัครรับเลือก

ตั้งที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ ไม่โก่งกิ้น ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน การมีนโยบายการหาเสียงที่น่าสนใจ และมีแนวโน้มทำได้จริง ส่วนสิ่งที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดได้แก่ การให้เงินรางวัลหรือความช่วยเหลือต่างๆ สิ่งเหล่านี้ นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงคำอธิบายเรื่องพฤติกรรม การเลือกตั้งและปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจในการลงคะแนนที่ไม่ตรงกับคำอธิบายของทฤษฎีกระแสหลักที่มองว่าประชาชนไม่ได้เห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง รวมทั้งการที่ผู้มีการศึกษาน้อย มีรายได้น้อย และมีสถานภาพทางสังคมต่ำยังยอมรับการซื้อสิทธิขายเสียง นอกจากนี้ ผลการศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนที่มีการปรับตัวอย่างมีนัยสำคัญซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีในกระแสรอง

ดังสะท้อนจากความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดมหาสารคามที่เริ่มเห็นว่า นโยบายมีความสำคัญต่อตนเอง การเลือกตั้งเป็นสิทธิและอำนาจของตนที่ได้ใช้ผ่านการเลือกตั้ง ทั้งยังเป็นสิ่งที่กำหนดอนาคตของตนเอง ตลอดจนมองเห็นว่าการเมืองเริ่มเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวประชาชนเพิ่มมากขึ้น ความเข้าใจดังกล่าวเป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างประชาธิปไตยในพื้นที่ตัวอย่างนี้ ประกอบกับความเปลี่ยนแปลงในบริบททางการเมืองและสังคมที่เกิดขึ้น ทำให้การซื้อเสียงยังคงเป็นเรื่องที่จะต้องมีการศึกษาวิจัยใหม่อย่างลึกซึ้งต่อไปภายใต้เงื่อนไขและสถานการณ์ที่มีความสลับซับซ้อน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ขวัญจิต สุตสวัสดิ์. ๒๕๓๕. **ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง**ของคนต่างวัยในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิขายเสียง. ๒๕๓๘. **รายงานการรณรงค์ต่อต้านการซื้อสิทธิ-ขายเสียง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร วันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๓๘**. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์

ธีรยุทธ บุญมี. ๒๕๕๐. **ความคิดสองทศวรรษ**. กรุงเทพฯ : มติชน.

นพดล สุคนธวิท. ๒๕๓๙. **พรรคการเมืองไทยกับการเมืองท้องถิ่น ผลประโยชน์และฐานอำนาจ**: วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นัฐพงศ์ สุขวิสิฐ. ๒๕๓๕. **เหตุผลของการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง:ศึกษาเฉพาะกรณี เขต ๑ จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิยม รัฐอมฤต. ๒๕๔๐. **การเมืองไทย : พัฒนาการ ปัญหา และแนวทางแก้ไข**. กรุงเทพฯ : ธี้อาทร.

ประจักษ์ ก้องกีรติ. ๒๕๕๕. “มายาคติและการเมืองของนิทานสอนใจว่าด้วยความโกง จน เจ็บ ของผู้เลือกตั้งชนบท” ใน ประจักษ์ ก้องกีรติ (บรรณาธิการ). **การเมืองว่าด้วยการเลือกตั้ง: วาทกรรม อำนาจ และพลวัตชนบทไทย**. กรุงเทพฯ : ฟ้ายเดียวกัน.

ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. ๒๕๕๕. **รายงานวิจัย เรื่อง การป้องกันและแก้ไขปัญหาการซื้อสิทธิขายเสียงในการเลือกตั้ง**. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาการเมืองและการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.

ผาสุก พงษ์ไพจิตรและคริส เบเคอร์. ๒๕๔๖. **เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ**. กรุงเทพฯ: Silkworm Books.

พัชโรดม ลิ้มปิษฐีชัย. ๒๕๔๓. **กระบวนการคัดค้านการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพฑูรย์ บุญวัฒน์. ๒๕๓๘. **รายงานการวิจัยการจัดตั้งองค์กรเพื่อสนับสนุนการเลือกตั้งให้เป็นไปด้วยความบริสุทธิ์ยุติธรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วรสิทธิ์ อภิชาติโชติ. ๒๕๓๓. **การบังคับให้ไปออกเสียงเลือกตั้ง:แนวคิดและผล**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมชัย ภัทรธนานันท์. ๒๕๔๕. “บทสำรวจองค์ความรู้ทางรัฐศาสตร์ในไทยคดีศึกษา” ใน สมชัย ภัทรธนานันท์ และเฉลิมเกียรติ ภาวะเวช. **พริยอนุสรณ์ : บทสำรวจองค์ความรู้ทางรัฐศาสตร์ในปริญญานิพนธ์ หลักสูตรไทยคดีศึกษาหนังสือที่ระลึกเนื่องในโอกาสเกษียณอายุราชการ รองศาสตราจารย์อุดม พิริยสิงห์**. มหาสารคาม : โครงการตำราคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมบัติ จันทรวงศ์. ๒๕๓๖. **เลือกตั้ง วิกฤต ปัญหา และทางออก**. กรุงเทพฯ: คบไฟ.

สมโภชน์ ศรีโกคณีสุมบูรณ์. ๒๕๓๔. **การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ของห้วคะแนน:ศึกษาระณีจังหวัด พระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร. ๒๕๓๗. **คอร์รัปชันกับประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษา เศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. ๒๕๒๗. **พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย**. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุจิต บุญบงการ. ๒๕๒๘. **แบบแผนการหาเสียงและปัจจัยอันเป็นผลให้ได้รับการเลือกตั้ง จากการศึกษาวิจัย การเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนครปฐม เมื่อปี พ.ศ.๒๕๒๘**. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัมมาร สยามวาลาและ ปิยนุช เพียรชอบ. ๒๕๓๗. **“ปัญหาและทิศทางใหม่เลือกตั้งไทย”**. สมุดปกขาวที่ตีอาร์ไอ. (สิงหาคม)

อุดม พิริยสิงห์. ๒๕๓๘. **รายงานการวิจัยเรื่องการซื้อสิทธิ-ขายเสียงและผลจากการรณรงค์ต่อต้านการ ซื้อสิทธิ-ขายเสียงในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดมหาสารคาม**. มหาสารคาม : ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เอนก เหล่าธรรมทัศน์. ๒๕๓๘. **สองนคราประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.

เอนก เหล่าธรรมทัศน์. ๒๕๕๒. **แปรถิ่นเปลี่ยนฐานสร้างการปกครองท้องถิ่นให้เป็นรากฐานของ: ประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แอนดรู วอล์คเกอร์ (เขียน) จักรกริช สังขมณี (แปล). ๒๕๕๕. **“ธรรมนูญแห่งชนบท” ใน ประจักษ์ ก้องกีรติ (บรรณาธิการ). การเมืองว่าด้วยการเลือกตั้ง: วาทกรรม อำนาจ และพลวัตชนบทไทย**. กรุงเทพฯ : ฟาเดียวกัน.

ภาษาต่างประเทศ

Callahan, William A. 2005. “The Discourse of Vote-Buying and Political Reform in Thailand.” *Pacific Affairs* 78, 1: 95-113.

Hicken, Allen D. 2002. “The Market for Votes in Thailand.” International Conference, Center for International Studies, MIT. (August,26-27).

Maisrikrod, Surin. 2002. “Political Reform and the New Thai Electoral System: Old Habits Die Hard?” In John Fuh-Sheng Hsieh and David Newman, ed. **How Asia Votes**. New York : Chatham House.

- Phatharathananunth, Somchai. 2008. “The Thai Rak Thai Party and Elections in North-eastern Thailand” **Journal of Contemporary Asia** 38, 1 (February):106-123.
- Uhlig, Harald. 1995. “The ‘Problem Region’ Northeastern Thailand”. In Volker Grabowsky, ed. **Regions and National Integration in Thailand 1892-1992**. Germany: Harrassowitz Verlag.