

บทสรุป

ในบทนี้จะนำเสนอใน 3 ประเด็น คือ

1. สรุปผลการวิจัยตามสมมติฐาน
2. ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี : แบบแผนพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงอันเกิดจากการซื้อเสียง
3. ข้อเสนอแนะวิธีการป้องกันการซื้อขายคะแนนเสียง

ผลการวิจัยตามสมมติฐาน

ในบทที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการศึกษาไว้ว่า "เงินมีอิทธิพลต่อผู้ลงคะแนนเสียงในระดับที่แตกต่างกันตามสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคม และแตกต่างกันตามระดับของความผูกพันพรรคการเมือง และผลประโยชน์อื่น ๆ ที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนถือว่าเป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งในการลงคะแนนเสียงให้ใคร" การพิสูจน์สมมติฐานดังกล่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของข้อมูลจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่แท้จริง ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการศึกษาเชิงประจักษ์ (empirical study) ข้อมูลดังกล่าวยังมีผลสะท้อนต่อผลการวิเคราะห์และข้อสรุปบางประการที่ได้จากงานวิจัยว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน

เนื่องจากหัวข้อวิจัยค่อนข้างจะร่วมสมัยกับการรณรงค์ของทางราชการในการต่อต้านการซื้อ-ขายเสียงเลือกตั้ง ผู้วิจัยมีความยากลำบากในการได้รับข้อมูลที่แท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลจากแบบสอบถาม เพราะผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมการตอบที่ได้คำตอบอย่างแท้จริง เพราะโดยธรรมชาติบุคคลย่อมมีการปกป้องตนเอง ต่างจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่เป็นข้อมูลอย่างแท้จริงในมิติของเลือกตั้ง โดยเฉพาะผู้วิจัยสามารถควบคุมได้ โดยการคลุกคลี สนับสนุนกับผู้ให้ข้อมูลดังนั้นการวิจัยจึงได้นำข้อมูลทั้งสองด้านมาเปรียบเทียบกัน หากข้อมูลคัดค้านกัน ผู้วิจัยจึงวางน้ำหนักไปในข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นหลัก ด้วยเหตุผลที่ว่า

เข้าถึงในตัวผู้ให้ข้อมูลอย่างแท้จริง ซึ่งในภาพรวมถือเป็นคุณภาพของผลการวิจัย ด้วยนอกจากนั้นจะได้นำข้อมูลจากงานวิจัยอื่นในเรื่องที่เกี่ยวข้องเนื่องกันนี้มา ประกอบเปรียบเทียบ เพื่อหาข้อสรุปที่เด่นชัดยิ่งขึ้น

จากผลการวิจัยพบว่า สมมติฐานได้รับการคัดค้าน (refuse) ไม่เป็นไปตามที่ได้ตั้งไว้ กล่าวคือ มีเพียงประเด็นที่ว่าเงินเป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งในการลงคะแนนเสียงให้ใครเท่านั้นที่ได้รับการยอมรับ อีกสามประเด็นที่เหลือไม่ได้รับการยอมรับ ดังนั้นสมมติฐานดังกล่าวจึงไม่ได้รับการยอมรับ

หากแยกมองทีละประเด็น จะพบว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างเงินกับอิทธิพลต่อผู้ลงคะแนนเสียง โดยประเด็นนี้มุ่งหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนที่รับเงินโดยดูจากปัจจัยฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เหตุผลในการรับเงิน และการรับเงินกับการไปลงคะแนนเสียง ผลปรากฏว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่อายุน้อยและมีระดับการศึกษาต่ำ จะมีสัดส่วนในการรับเงินมากที่สุด โดยมีเหตุผลในการรับเงินคือความเกรงใจหัวคะแนน และเมื่อรับเงินมาแล้วด้วยความเกรงใจดังกล่าวจึงต้องลงคะแนน จุดนี้ชี้ให้เห็นว่าเงินเป็นปัจจัยหนึ่งในสองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ลงคะแนนเสียง และเป็นเหตุผลอย่างหนึ่งในการลงคะแนนเสียงให้ใคร ส่วนอีกปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยเรื่องความเกรงใจหัวคะแนน ด้วยเหตุที่ว่าหัวคะแนนมีความผูกพันกับผู้ลงคะแนนเสียงอย่างแน่นแฟ้นเพราะหัวคะแนนคือผู้นำชุมชนในกรอบของโครงสร้างอำนาจชุมชน และผูกพันกับผู้ลงคะแนนเสียงตามกรอบของระบบความสัมพันธ์ของคนไทยผสมกับระบบผู้อุปถัมภ์ เมื่อเป็นเช่นนี้หัวคะแนนจึงเป็นเสมือนปัจจัยจำเป็นที่ขาดไม่ได้ในระบบการเลือกตั้งของไทย

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง ดัชนีที่ใช้วัดความผูกพันพรรคการเมือง 3 ประการคือ ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค ความนิยมในตัวหัวหน้าพรรค และความพอใจในนโยบายพรรค ได้รับการปฏิเสธ จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้มีสิทธิลงคะแนน

เสียงยังความสำคัญในตัวบุคคลมากกว่าตัวพรรคการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ที่ทำการศึกษานั้น มีการแข่งขันการเลือกตั้งและมีการใช้จ่ายเงินเลือกตั้งที่สูงมาก ดังนั้นเงินและผู้ที่นำเงินไปจ่ายคือหัวคะแนน ยังเป็นปัจจัยสำคัญในระบบการเลือกตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับในประเด็นแรก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์อื่น ๆ กับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง ผลประโยชน์อื่น ๆ ในที่นี้แบ่งเป็น 3 ประการ ประการแรก สิ่งของที่ได้รับแจกพบที่มีความสัมพันธ์เพียงเล็กน้อยหรือแทบไม่มีเลย กล่าวคือเป็นเสมือนของแถมที่ได้รับหรือไม่ได้รับก็ไม่มี ความแตกต่างกัน เพราะเงินกับคำขอร้องของหัวคะแนนยังมีอิทธิพลมากกว่า ประการที่สอง การจัดสร้างสาธารณะประโยชน์ทั้งก่อนและภายหลังการได้รับเลือกเป็นส.ส.แล้ว ประเด็นนี้พบว่ามีส่วนทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงตัดสินใจเลือก แต่ไม่มากนัก แต่สิ่งที่เห็นได้จากประเด็นนี้คือ ผู้ลงคะแนนเสียงเป็นผู้ที่มีเหตุผล (rational voter) ที่รู้ว่าอะไรเป็นประโยชน์แก่ตนเอง จึงถือว่าปัจจัยนี้เป็นปัจจัยย่อยที่มีส่วนในการตัดสินใจปัจจัยหนึ่งเท่านั้น ประการที่สาม ในเรื่องของบุญคุณ ความเกรงใจ บารมี และอิทธิพลของผู้สมัคร ได้รับการปฏิเสธ เพราะประเด็นนี้โดยแท้จริงเป็นเรื่องของความเกรงใจ บารมีของผู้ลงคะแนนที่มีต่อผู้ลงคะแนนเสียง ที่มีอยู่ตามรูปแบบของระบบอุปถัมภ์และผู้ยึดอุปถัมภ์ ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครกับผู้ลงคะแนนเสียง เป็นเรื่องทางการค้า ธุรกิจเพียงชั่วคราวขณะเดียวกันความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครกับหัวคะแนน จะ เป็นไปได้ทั้งระบบอุปถัมภ์ และระบบการค้าการแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญของหัวคะแนนว่าประสิทธิภาพในการทำคะแนนมากน้อยเพียงใด

กล่าวโดยสรุป สมมติฐานไม่ได้รับการยอมรับทั้งหมด มีเพียงบางส่วนที่ยอมรับได้ คือ เงินเป็นเหตุผลหนึ่งในการลงคะแนนเสียง แต่มิได้หมายความว่า เป็นสินจ้างรางวัลในการไปลงคะแนนเสียง หากแต่เป็น "สินน้ำใจ" ที่มีคุณค่าและมีความหมายที่แสดงนัยแห่งความแน่นแฟ้นระหว่างผู้ให้ (หัวคะแนน) และผู้รับว่าจะมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานต่อไปส่วนอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้ลง

คะแนนเสียงที่งานวิจัยนี้พบคือ ความเกรงใจหัวคะแนน ซึ่งปัจจัยนี้มีอิทธิพลมาก โดยเฉพาะในวงการการเลือกตั้งของไทยส่วนสิ่งของผู้ลงคะแนนเสียงได้รับแจก และสิ่งสาธารณประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับนั้นมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะได้หาข้อสรุปทั่วไปเชิงทฤษฎีในพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงอันเกิดจากการซื้อเสียงเลือกตั้ง เพื่อเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางการแก้ไขการซื้อเสียงต่อไป

ข้อเสนอแนะ เชิงทฤษฎี : แบบแผนพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงอันเกิดจากการซื้อเสียง

ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 ถึงความสำคัญของการเลือกตั้ง ที่นักรัฐศาสตร์ทั้งหลายได้พยายามค้นหาแบบพฤติกรรมการเลือกตั้งโดยทั่วไปและได้ข้อสรุปทฤษฎีของการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งออกเป็น 3 ประการคือ 1) ทฤษฎีปัจจัยตัวกำหนด (deterministic theories) 2) ทฤษฎีความสำนึกเชิงเหตุผล (consciously rational theories) 3) ทฤษฎีระบบ (system theories) ซึ่งเป็นกรอบทฤษฎีของประเทศตะวันตก ซึ่งก็ได้มีการนำมาปรับใช้ให้เหมาะสม โดยนักรัฐศาสตร์ไทยหลายท่าน

หากเป็นเรื่องการเลือกตั้งที่เป็นแบบปกติธรรมดาในแบบที่ควรจะเป็นก็ไม่น่าจะมีปัญหาแต่อย่างใด หากแต่การเลือกตั้งของไทยในระยะหลัง ๆ ที่ผ่านมา การซื้อเสียงได้รับการกล่าวขวัญกันมากขึ้น พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจึงเกิดการเบี่ยงเบนไปจากข้อเท็จจริง ด้วยอิทธิพลของการระดมเงินวิธีการต่าง ๆ มากกว่าจะเป็นการเลือกตั้งที่เกิดขึ้นโดยความสำนึกของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ปรากฏการณ์เช่นนี้ทำให้คุณค่าความสำคัญและความหมายของการเลือกตั้งลดน้อยด้อยลงไป

งานวิจัยชิ้นนี้มีความคิดที่จะศึกษาถึงข้อเท็จจริงเชิงสาเหตุและแบบแผนของพฤติกรรมการเลือกตั้งอันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียงเป็นความคิดเบื้องต้น แต่เนื่องจากยังไม่มีทฤษฎีใดพูดถึงเรื่องนี้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้หยิบยืมแนว

ทางศึกษา (approach) ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อหาข้อสรุปเบื้องต้นบางประการ แนวทางศึกษาทั้ง 5 ประการได้แก่

1. ตัวแบบสังคมวิทยา (sociological model) ซึ่งเน้นเรื่องสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลเป็นหลัก
2. ตัวแบบจิตวิทยา (psychological model) ซึ่งเน้นเรื่องความผูกพันพรรคการเมือง
3. ตัวแบบเศรษฐศาสตร์ (economic model) ที่มองว่าบุคคลที่มีเหตุผลจะเลือกผลประโยชน์ที่ดีที่สุดสำหรับตน
4. แนวความคิดเรื่องโครงสร้างอำนาจชุมชน (community power structure) ที่มองประเด็นว่าใครคือผู้นำชุมชน มีอำนาจในแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ
5. ระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยและระบบอุปถัมภ์ เป็นการมองโครงสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนระหว่างบุคคลได้ชัดเจนที่สุด

เมื่อศึกษาแนวทางทั้งห้าประการจนเข้าใจและเริ่มทำการวิจัย จนเห็นภาพกระบวนการซื้อเสียงทั้งหมดทั้งจากข้อมูลการสัมภาษณ์ หรือแบบสอบถามสามารถสรุปข้อเท็จจริงจากพื้นที่ที่ทำการศึกษาดังนี้ ภายใต้กระบวนการแข่งขันเลือกตั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งย่อมต้องการได้ชัยชนะด้วยกันทั้งสิ้น โดยเหตุผลอย่างใดก็แล้วแต่ ผู้สมัครทั้งหลายต่างก็มีรูปแบบและวิธีการหาเสียงที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละคน แต่ในระยะหลัง ๆ มานี้ ในพื้นที่ที่เป็นตัวอย่างของการศึกษานี้มีสภาพของการแข่งขันในการเลือกตั้งสูงมาก ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งจำเป็นต้องมียุทธวิธีในการหาเสียงที่หลากหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้จ่ายเงินซื้อเสียง ยุทธวิธีดังกล่าวผู้สมัครจะกระทำเองมิได้เพราะประการแรกเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย ประการที่สอง กรณีทำได้ก็ทำไม่ได้ทั่วถึง ดังนั้นตัวเชื่อมระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับผู้ลงคะแนนเสียงก็คือหัวคะแนน

หัวหน้าคนใดใคร ตรงนี้อธิบายได้โดยทฤษฎีโครงสร้างอำนาจชุมชน หัวหน้าคนก็คือผู้ที่มีอำนาจในชุมชน ซึ่งในชุมชนหนึ่งอำนาจนั้นจะกระจาย เนื่องจากมีผู้นำอยู่หลายคน ผู้นำในชุมชนเหล่านี้ก็จะมีอำนาจเชื่อถือ และมีคุณลักษณะหรือพฤติกรรมบางอย่างที่ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเกิดจากความเกรงใจ อาจมีตำแหน่งที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการเช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครู ส.ท. ส.จ. ผู้มีอิทธิพล พ่อค้า นักเลง ฯลฯ ซึ่ง อาจมีการคุ้นเคยกัน พบปะกันประจำพึ่งพาอาศัยกันลักษณะเหล่านี้เป็นลักษณะของระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยและระบบอุปถัมภ์

ข้อมูลตรงนี้บ่งชี้ได้ว่า วิธีการของผู้สมัครเพื่อให้ได้มาซึ่งเป้าหมายคือการได้รับเลือกให้เป็น ส.ส. ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการคือ "เงิน" และ "หัวหน้าที่มีประสิทธิภาพ" หากเปรียบเทียบหัวหน้าคนเหมือนเครื่องจักร เงินก็เปรียบเหมือนน้ำมันหล่อลื่น ที่จะทำให้เครื่องจักรขับเคลื่อนเข้าสู่กระบวนการหาคะแนนเสียงได้อย่างคล่องตัว และนิ่มนวล

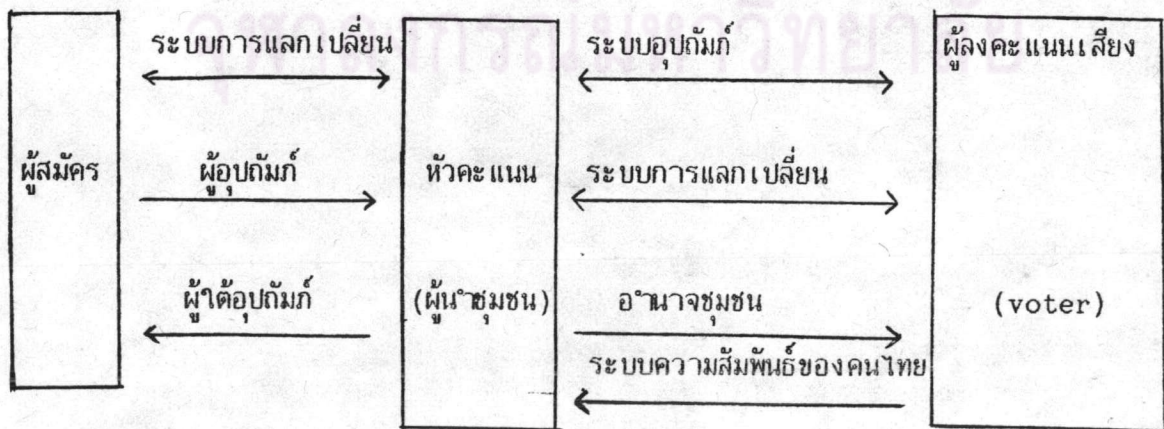
หัวหน้าที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีเครื่องช่วยย่อย มีหัวหน้าทีมและลูกทีมกระจายอยู่ในพื้นที่ หากเปรียบเทียบกับระบบการค้า ระบบหัวหน้าคนก็คือ "หน่วยโคเร็คเซล" (direct sell unit) ในทางการเมืองนั่นเอง เครื่องช่วยย่อย ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้สมัครกับผู้ลงคะแนนเสียงโดยอยู่ในกรอบความสัมพันธ์ทั้งแบบอุปถัมภ์ และเชิงผลประโยชน์เฉพาะด้าน (มิติทางเศรษฐศาสตร์) ขณะเดียวกันความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครกับหัวหน้าก็เป็นไปในทางองเดียวกัน

หากผู้สมัครคนใดจัดกระบวนการหาเสียงได้ในรูปแบบข้างต้น นั้นหมายความว่าโอกาสที่จะได้รับการเลือกตั้งมีสูงมาก ขณะเดียวกันไม่ได้หมายความว่าผู้ลงคะแนนเสียงเห็นแก่เงินไม่ก็สิบก็ร้อย แต่การที่ผู้ลงคะแนนเสียงรับเงินและไปเลือกเบอร์ที่หัวหน้าคนบอก เป็นการแสดงให้เห็นถึง "ความช่วยเหลือกัน" ของ "พวกเดียวกัน" มิใช่ช่วยผู้สมัครแต่อย่างใด เพราะผู้สมัครไม่เคยมีความสัมพันธ์ในระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยกับผู้ลงคะแนนเสียงเลย การแสดงออกของผู้ลงคะแนนเสียงก็เท่ากับว่าเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์อันดีกับหัวหน้าซึ่งก็คือผู้

น่านชุมชน เพราะเมื่อผ่านการเลือกตั้งไปแล้ว วิถีชีวิตของผู้ลงคะแนนเสียง หรือชาวบ้านโดยทั่วไปก็กลับเข้าสู่สภาพปกติ ดังนั้นจึงไม่มีชาวบ้านคนใดอยากมี ปัญหากับผู้ในชุมชนของตน

หากสรุปแนวทางศึกษาเชิงทฤษฎี ตัวแบบทางจิตวิทยาที่เน้นศึกษาใน เรื่องความผูกพันพรรคการเมืองนั้นสามารถปฏิเสธได้ ทั้งนี้เพราะไม่มีการกล่าว ถึงในประเด็นนี้เลย ส่วนตัวแบบทางสังคมวิทยาที่เน้นศึกษาปัจจัยทาง เศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ลงคะแนนเสียงกับพฤติกรรม การเลือกตั้ง แม้ผลการวิจัยที่ได้จะ บ่งชี้ว่า กลุ่มคนที่มีอายุน้อยและมีการศึกษาต่ำ จะเป็นกลุ่มบุคคลที่รับเงินมากที่สุด แต่ในเชิงทฤษฎีนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่าแนวทางศึกษานี้ไม่มีผล เพราะเราไม่สามารถ จำแนกกลุ่มคนที่รับเงินตามปัจจัยทาง เศรษฐกิจและสังคมได้อย่างละเอียด เพราะ คนกลุ่มเหล่านี้ต่างอยู่ภายใต้ระบบอุปถัมภ์และระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยซึ่ง คนกลุ่มนี้มีทุกชนชั้น ทุกอาชีพ ทั้งระดับรายได้ที่ต่างกัน การศึกษาที่ต่างกัน ไม่ จำเพาะเจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ดังนั้นจึงเหลือเพียง 3 แนวทางที่จะใช้อธิบายพฤติกรรม การลงคะแนน เสียงอันเกิดจากการซื้อเสียงได้ชัดเจนที่สุด ดังข้อมูลและข้อสรุปที่ได้วิเคราะห์ ไปแล้ว ซึ่งสามารถแสดง เป็นแผนภาพความสัมพันธ์ได้ดังนี้



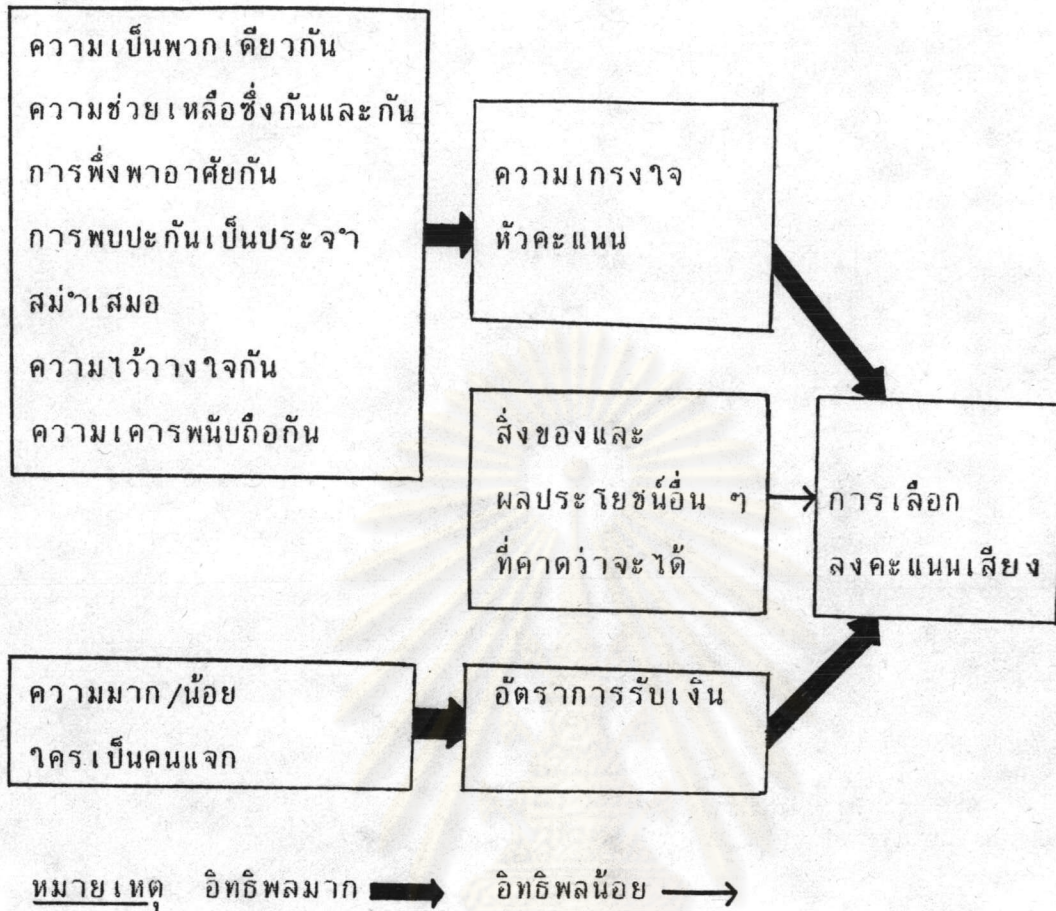
รูปที่ 5.1 ความสัมพันธ์ในกระบวนการซื้อเสียง

อธิบายแผนภาพความสัมพันธ์ เมื่อมีการเลือกตั้ง ผู้นำชุมชนจะแปรสภาพกลายเป็นหัวหน้าคณะแนวเชื่อมผู้ลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้สมัครจะมีความสัมพันธ์กับหัวหน้าระบบการแลกเปลี่ยน และระบบผู้อุปถัมภ์ หัวหน้าคณะแนวเชื่อมจะมีความสัมพันธ์ในระบบการแลกเปลี่ยนเช่นกัน โดยนำคะแนนเสียงที่นำให้ผู้สมัครได้รับเลือกตั้ง เป็นตัวแลกเปลี่ยนและกระทำตัวเป็นผู้โต้ตอบผู้อุปถัมภ์ คอยรับความช่วยเหลือต่าง ๆ

ส่วนหัวหน้าคณะแนวเชื่อมจะส่งผ่านความสัมพันธ์กับผู้ลงคะแนนเสียงใน 3 ลักษณะ คือ เป็นผู้อุปถัมภ์ ตามระบบการแลกเปลี่ยน และความสัมพันธ์ภายในอำนาจชุมชนที่เน้นระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทย กล่าวคือ มีการพบปะกันประจำความสัมพันธ์สนม ความช่วยเหลือพึ่งพิงกัน เป็นต้น ส่วนผู้ลงคะแนนเสียงก็จะส่งผ่านความสัมพันธ์กลับคืนมาใน 2 ลักษณะ กล่าวคือ ตามระบบการแลกเปลี่ยน ซึ่งหมายถึงการลงคะแนนเสียงให้ตามที่หัวหน้าคณะแนวเชื่อมต้องการ และ เป็นผู้โต้ตอบผู้อุปถัมภ์คอยรับความช่วยเหลือต่อไป

จากแผนภูมิความสัมพันธ์ตามทฤษฎีนี้ ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับผู้ลงคะแนนเสียง มิได้ส่งผ่านความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเลย นั่นหมายความว่าไม่มีความสัมพันธ์กันโดยตรง ความสัมพันธ์จะกระทำผ่านหัวหน้าคณะแนวเชื่อมเท่านั้น หากจะกล่าวจัดการซื้อเสียงต้องขจัดหัวหน้าคณะแนวเชื่อมให้ได้เสียก่อน มิฉะนั้นจะกลายเป็นปัญหาที่แก้ไขไม่ถูกจุดตลอดไป

ดังนั้นจึงสามารถสรุป แบบแผนพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียงจากแผนภูมิความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ โดยเหตุที่มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลที่เกื้อกูลกัน เมื่อนำกรอบทางทฤษฎีและผลที่ได้จากการศึกษาเชิงประจักษ์ดังกล่าวนี้มาพิจารณาในภาพรวม จะได้แผนผังความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงดังรูป



รูปที่ 5.2 ตัวแบบเชิงสมมติฐานของการวิเคราะห์พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงอันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียง

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียง ในพื้นที่พระนครศรีอยุธยา นั้น มีแบบแผนที่ค่อนข้างชัดเจน กล่าวคือ เมื่อถึงช่วงเวลาการเลือกตั้งผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้ใครนั้น มีเหตุผลที่ต้องคำนึงถึงอยู่ 2 ประการ ประการแรกคือ อัตราเงินที่จะได้รับ ประการที่สอง ผู้ที่แจกเงิน (หัวคะแนน) จะให้เลือกลงคะแนนให้ใคร โดยที่เหตุผลทั้งสองดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงคะแนนเสียงกับหัวคะแนนว่าจะมีความสัมพันธ์กันในระดับไหน ความใกล้ชิดมากน้อยเพียงใด มีความช่วยเหลือกันมาก่อนหรือไม่ รวมในความหมายคือ มีความเกรงใจหัวคะแนนเพียงใดนั่นเอง หากเกรงใจมากก็จะลงคะแนนให้ตามที่หัวคะแนนร้องขอ นั่นหมายความว่า ความหมายของ "เงิน" ที่ได้รับแจกจากหัว

คะแนนนั้นเป็นแต่เพียง "สินน้ำใจ" ที่แสดงถึงความแน่นแฟ้น ในความสัมพันธ์ระหว่างกัน หากเกรงใจหัวคะแนนน้อย เงินนั้นจะแสดงถึงสิ่งมีคุณค่าที่สามารถแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียงได้ ส่วนสิ่งของและผลประโยชน์อื่น ๆ ที่คาดว่าจะได้นั้น มีน้ำหนักน้อยมากอย่างไรก็ตาม น่าจะมีการศึกษาซ้ำในอีกหลาย ๆ พื้นที่เพื่อยืนยันข้อสรุปดังกล่าว

หากจะนำกรอบทฤษฎีไปศึกษาซ้ำในพื้นที่อื่น ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางที่ใช้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งโดยสรุปให้กระชับเพื่อเป็นกรอบทฤษฎีในการศึกษาดังนี้

1. ตัวแบบสังคมวิทยา (Sociological model) ซึ่งเน้นเรื่องสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลเป็นหลัก

2. ตัวแบบเศรษฐศาสตร์ (economic model) ที่มองว่าบุคคลมีเหตุผลที่จะเลือกผลประโยชน์ที่ดีที่สุดสำหรับตน

3. ตัวแบบการศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชน (community power structure model) ที่มองประเด็นว่าใครคือผู้นำชุมชน มีอำนาจในแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ แนวทางนี้จะทำให้เห็นภาพของความเป็นหัวคะแนนได้ชัดเจน

4. ตัวแบบระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยและระบบอุปถัมภ์ เป็นการมองโครงสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนระหว่างบุคคลได้ชัดเจนที่สุด

แนวทางศึกษาทั้งสี่แนวทางที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้โดยละเอียดในบทที่ 2 แล้วนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่าจะเป็นแนวทางศึกษาพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงอันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียงได้ชัดเจนที่สุด

ข้อเสนอแนะวิธีการป้องกันการซื้อขายคะแนนเสียง

1. วิธีการป้องกันในด้านของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง

1.1 ทางราชการต้องประชาสัมพันธ์เผยแพร่ประชาธิปไตย

โดยชี้แจงแนะนำให้สมาชิกในครอบครัว และในหมู่บ้านเข้าใจว่า ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง มีสิทธิเสรีภาพที่จะเลือกผู้ใดก็ได้ตามต้องการ ไม่มีผู้ใดจะมาบังคับ

สิทธิเลือกตั้ง มีสิทธิเสรีภาพที่จะเลือกผู้ใดก็ได้ตามต้องการ ไม่มีผู้ใดจะมาบังคับเราได้อีกทั้งไม่มีผู้ใดจะรู้ว่าเราเลือกใคร เพราะเป็นการลงคะแนนลับ และที่สำคัญต้องชี้แจงแนะนำให้ทราบถึงภัยของการซื้อเสียงเลือกตั้ง โดยต้องส่งเสริมให้ทุกคนร่วมกันเลือกคนดีเป็นผู้แทนราษฎร

1.2 ให้ประชาชนช่วยกันติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเลือกตั้งในเขตหมู่บ้านหรือตำบลของตน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการซื้อเสียงเกิดขึ้น หากพบเห็น หรือสงสัยว่าจะมีการซื้อเสียงในเขตหมู่บ้านของตนให้รีบแจ้งเจ้าหน้าที่โดยด่วน

1.3 มีจิตสำนึกในการไม่ขายเสียงเป็นอันขาด เพราะจะทำให้เป็นผู้ที่ไม่มีเกียรติ ไม่มีศักดิ์ศรี และยังเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายอีกด้วย

2. วิธีการป้องกันกลไกการซื้อเสียง

2.1 ทางราชการต้องออกระเบียบปฏิบัติให้ผู้แทนหมู่บ้านหรือในท้องถิ่นที่มีตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับราชการอย่างเป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการสภาตำบล กรรมการหมู่บ้าน ฯลฯ ซึ่งมีอัตราความเสี่ยงสูงในการที่จะแปรสภาพเป็นหัวคะแนนในช่วงเวลาการเลือกตั้ง ห้ามยุ่งเกี่ยวและให้วางตัวเป็นกลาง โดยมีมาตรการและบทลงโทษที่ชัดเจน

2.2 ตำแหน่งดังกล่าวในข้อ 2.1 ต้องจัดให้มีวาระการดำรงตำแหน่ง และต้องผ่านการเลือกตั้ง โดยตรงจากประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสร้างอิทธิพลที่ฝังลึกยาวนานในพื้นที่ ซึ่งตรงนี้จะป้องกันการเกรงใจกันในช่วงเวลาการเลือกตั้ง

วิธีการที่กล่าวมาแม้จะยากในการนำไปปฏิบัติ หากแต่จะต้องใช้เวลาในการติดตามและปรับปรุงแก้ไขให้ถูกจุดถูกวิธี ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าจะมีความสำเร็จได้ในวันหนึ่ง